2005 ANNUAL REPORT

Excellence

EFFICIENCY

nb
alcool • liquor

Board of Directors

Maurice Bastarache
Director

Elizabeth Fairley
Corporate Secretary

Belinda Thebeau
Director

Larry Jackson
Chairperson

Barbara Winsor
President & CEO

Jean-Guy Marquis
Director

Aline Letourneau
Vice-Chairperson

Bayne MacMillan
Director

Senior Management

Rick Smith
Vice-President & CFO

Mike O'Brien
Vice-President
Supply Chain
& Facilities

Jack Dorcas
Executive
Vice-President

Barbara Winsor
President & CEO

Marion McIntyre
Vice-President
Sales & Marketing

Raymond Savoie
Vice-President
Human Resources
& Labour Relations

Fred Steeves
Vice-President
Store Operations

nb
alcool • liquor

ISSN 0704-2574

105-07168/

Annual Report 2005

Honourable Jeannot Volpé
Minister of Finance
Province of New Brunswick
Fredericton, NB

Sir:

In compliance with Section 20 of the New Brunswick Liquor Corporation Act, I am pleased to submit the Annual Report of the New Brunswick Liquor Corporation for the fiscal year ended March 31, 2005.

Respectfully submitted,

Larry A. Jackson
Chairperson
Board of Directors

President's Message

On behalf of the employees of Alcool NB Liquor, I am pleased to present our Annual Report for 2004-2005. This represents the 8th consecutive year the Corporation has delivered record returns to the provincial government and to the people of New Brunswick. During the year, we transferred over $122 000 000 in cash to the province, which represents an increase of more than $2 million over last year and upholds ANBL's important role as a stable, key revenue generator. Throughout the year, we also focused on being the socially responsible retailer of beverage alcohol for the province.

Our success was achieved through sales which climbed to over $331 000 000, an increase of more than $9 million or 2.8% over last year. Net income was nearly $122 million, or 1.2% over budget and $3 200 000 above last year.

The year was not without challenges. Beer sales leveled off during the last quarter, ending the year down by almost 250 000 litres. Coolers also fell short of their projected growth. On the expenditure side, some operating expenses exceeded budget (most notably transportation costs primarily as a result of the jump in fuel prices).

This Annual Report, entitled Excellence and Efficiency, details numerous changes implemented in 2004-2005 as we challenged ourselves to be more proficient.

We remained focused on our objective of making each customer's visit to our stores an enjoyable shopping experience. This was made possible by the Corporation's dedicated and friendly employees. Once again this year, our staff rose to the challenge of meeting and exceeding the demands and expectations of our customers.

ANBL introduced our first Express Store, located in Fredericton. As well, we also completed major renovations to two other larger outlets.

Our connection with our customers in the communities where they live is as important as our retail success. From sponsoring charitable fairs and festivals, to financially supporting food banks across the province, the Corporation looked for ways to give back to our community. I am extremely proud of our participation in the worldwide tsunami relief effort, in support of the entire Southeast Asia region.

In the coming year, the Corporation marks a very important milestone, as we celebrate our 30th anniversary. We are constantly striving to become the best beverage alcohol retailer in Canada. As a testament to this, we were pleased to be recognized by The Opimian Society as the 2004 Liquor Board of the Year.

I want to thank our Board of Directors for their support in helping deliver on the vision that guides our Corporation.

In the coming year we will continue the improvement of our stores, the upgrading of the skills of our staff, and the enhancement of our portfolio to ensure we meet the needs of the people of New Brunswick.

Barbara Winsor

Barbara Winsor
President & CEO

The Year in Review

In 2004-2005, Alcool NB Liquor continued implementation of our five-year strategic plan. From the careful reduction of inventory, to updating our Point of Sale system, and supporting the worldwide tsunami relief effort in Southeast Asia – our mission: "to be the best beverage alcohol retailer in Canada" remained at the forefront of all of our decisions.

To achieve our mission, we are committed to:

- Optimizing profit for our shareholders;
- Responding to our customers' needs through the delivery of products and services in a progressive and responsible manner;
- Employing friendly, knowledgeable and efficient staff as a key to our success; and
- Promoting responsible use of our products and compliance with legislated obligations.

Five-year goals have been set to help us meet our commitments:

- To deliver $600 million to the Province of New Brunswick through innovative retailing and efficiency of operations;
- To create a culture of continual improvement within the Corporation;
- To attain 100% customer satisfaction;
- To retain friendly, knowledgeable and efficient staff; and
- To become the recognized leader for delivery of responsible use beverage alcohol programs in the province.

- **To deliver $600 million dollars to the Province of New Brunswick through innovative retailing and efficiency of operations...**

In 2004-2005, over $122,000,000 was transferred to general government revenues from our profits. On average, this amount puts us ahead of our strategic plan financial target two years into its implementation. Numerous operational improvements were made during the year to improve profitability (in the short- and long-term) and some of them are delineated below.

Warehouse staff improved the accuracy of loading shipments to stores. This eliminated the need to recount inventory and resulted in cost savings.

ANBL's Warehouse Management System continued to pay dividends this year by helping to improve overall warehouse productivity by 10%. "Picking" rates by warehouse employees reached accuracy levels exceeding 99% in 2004-2005. This accuracy eliminated the necessity of recounting inventory arriving at the stores, resulting in significant cost savings for the Corporation. A new Supply Chain Department was initiated, encompassing the former warehouse and liquor purchasing and freight management functions. A new Supply Chain Manager was recruited to oversee the newly consolidated operations. Significant improvements were realized in overall management of the supply chain network and in delivering service enhancements to ANBL stores and agents. Public tenders were issued, and contracts subsequently

awarded, for product delivery services from the warehouse to ANBL stores and agents, and for overseas freight forwarding and ocean freight services. The latter contract in particular is expected to deliver cost and service efficiencies to the overall supply chain network.

In addition to streamlining the warehouse operation, we also improved our inventory management practices thereby providing better product availability for our customers. A "Store Stock Replenishment" pilot was undertaken at three corporate stores in November/December, traditionally one of the busiest sales periods. Just-in-time deliveries for the stores in Fredericton, Dieppe, and Edmundston minimized overstocking of inventory, thereby reducing carrying costs and eliminating the need to move excess stock to other stores. Results were very encouraging, as service to the stores reached 95% with minimal short shipments. The program will be expanded in 2005-2006.

We also worked with our agency store partners to introduce further efficiencies. During the year, direct delivery shipments were implemented to an additional 16 agency stores, bringing the total number on direct delivery to 50. This eliminated the need to stock agent inventory locally and reduced handling expenses.

Our financial success in 2004-2005 was also the result of achieving efficiencies elsewhere in the organization. We worked diligently to contain costs, increase productivity, and maximize returns to government by undertaking numerous initiatives to keep operating expenses below 11% of total sales.

A long-range marketing plan aligned with the corporate strategic direction was defined in the latter part of the year, aimed at improving our ability to have the right product mix. A three-year implementation of category management was initiated as we researched its principles and best practices and laid the groundwork for their application in our marketplace. A Category Analyst was hired and the first steps in optimization of the portfolio have been taken.

• To create a culture of continual improvement within the Corporation...

One new store was opened and two upgraded under the Corporation's service enhancement program. A new leased "Express" store opened in Fredericton. This new concept store is attached and opens into an adjacent major grocery store, and is designed to provide convenient shopping to the grocery and liquor store customers. Metal shelving was installed at this store in place of the standard wooden fixtures, as well as a bank of convenient "reach in" coolers and a small chilled products room. The stores at Parkway Mall (Saint John) and Elmwood Drive (Moncton) underwent major expansions and renovations. New product fixtures were installed, the chilled products rooms were expanded to increase capacities, and the interiors were upgraded to our new décor standards. The Parkway Mall store features ANBL's first "Tasting Room" used for staff training and customer service seminars. Ten-year leases were signed at all three locations.

ANBL continues to strive to offer improved customer service and product selection in more appealing shopping environments. Our Parkway Mall Selection store underwent a major renovation project, reopening in 2004-2005.

The Corporation had planned to open a new leased store in Salisbury, replacing the existing agency outlet, but this plan was cancelled in favour of a continuation of the service already being provided. On the other hand, tenders were awarded for a new leased store in Moncton North, to better serve the growing population base of that area. A project to replace the Corporation-owned St. George Blvd. (Moncton) store with a new leased facility was deferred to 2005-2006.

The Grand Falls store had a new concept "Centre of Discovery" installed, along with internal colour and lighting enhancements. In St. George, the unloading facilities were upgraded and a new ventilation system was installed. A "Centre of Discovery" was also installed in Sackville. In St. Andrews and Hampton, the front vestibule areas of the stores were made fully accessible for all customers. A new roof was installed at Minto and new material handling equipment was purchased for five stores. In many locations, new custom-designed food and wine pairing display units assisted shoppers with their choices, as did "Sommelier Suggestion" shelf talkers and "Drink of the Week" promotional programs.

Extensive structural floor repairs continued at the Central Warehouse and new battery-operated forklifts and order pickers were purchased for the material handling fleet.

In late 2004-2005 Alcool NB Liquor issued a Request for Proposals for new Point of Sale system software. This investment will see our cash register network replaced with a state-of-the-art system, resulting in immediate savings for the Corporation through improvements in debit and credit card processing and the use of wireless hand-held scanners, for example. This technological advancement will significantly improve staff efficiency, allowing them to focus more of their attention on customer service.

In accordance with our Strategic Plan, ANBL implemented an approval process for information systems projects. An inter-departmental committee was created to establish screening procedures and prioritize future projects. This formalized process ensures resources are applied where they are needed most and have the greatest benefit to the Corporation.

A major upgrade of computers at Head Office was undertaken during the year, resulting in improved employee efficiency. As well, Senior Management took an important step by developing a Disaster Recovery Plan for the Corporation. The plan is focused on Head Office in Fredericton and details specific actions to be taken in the event of a disaster, in order to protect the Corporation's vital operations. It will be implemented and tested early in the new year.

Inside our stores the application of science and creativity combined to make a warmer and more efficient shopping environment. Six stores benefited from the implementation of shelf planograms as part of our ongoing program to improve product presentation to our customers.

• To attain 100% customer satisfaction...

ANBL undertook numerous initiatives this year to enhance our visibility in the community, and build on the growing relationship we have with our customers. In addition to the numerous charitable activities outlined later in this report, ANBL also participated in a variety of community celebrations including special in-store tastings, partnering with Theatre New Brunswick, and partial sponsorship of a venue in the hugely successful Fredericton Harvest Jazz & Blues Festival. Our Sommelier continued to be highly visible throughout the province as he delivered product knowledge through a variety of channels including writing columns in two daily newspapers, making appearances on local cable TV, hosting guided tastings and facilitating introductory food and wine courses.

We continue to strive to be the best beverage alcohol retailer in Canada. The Opimium Society named Alcool NB Liquor the 2004 Liquor Board of the Year. This national honour is recognition of our continuing evolution as a customer focused retailer and came on the heels of being named "Most Improved" in 2003.

In 2004-2005 the Corporation adopted a long-range marketing plan to help meet the on-going challenges we will face in the years to come. We also took steps to improve communications corporately, and one immediate payoff was the sharing of best practices among stores.

This year, we undertook a thorough review of in-store marketing programs, which resulted in the introduction of some new initiatives. Programs like the new Mega Display, which guarantees prime location in all stores and an optimal number of cases on display, demonstrates ANBL's partnership with the supplier community and maximizes the 'shop-ability' of our stores for our customers.

Wellness fairs, fitness challenges and educational seminars are some of the tools that ANBL uses to promote health and active lifestyles among employees.

• To retain friendly, knowledgeable and efficient staff...

We are keenly aware of the serious issues we face relating to positional competencies, employee retention, and succession planning. It was important last year to review our practices and to implement appropriate strategies to ensure the continued evolution of the

organization and the required qualifications of our future leaders. In conjunction with an external facilitator and consultations with employees, a report was presented to the Executive Management Committee on the subject. Implementation of the recommendations is planned for the coming year.

Store employees regularly participated in a variety of training programs. Seventy-nine people achieved certification in either the Retail Sales Associate or the First Level Manager programs sponsored by the Retail Council of Canada, all with the aim of promoting a greater level of customer service. Employees also updated their skills in product knowledge, second language, mixology, fork lift safety, first aid/CPR, computer programs and other specialized areas.

ANBL recognizes the importance of the well-being of our employees. A Wellness Coordinator position was created to promote healthy and active lifestyles for our workforce. Newsletters, physical challenges and wellness fairs were all part of this new initiative. In late 2004-2005, nearly 100 employees took part in a Fit to Serve challenge and by year's end had logged a combined 2.6 million minutes in various forms of exercise.

We continuously strive to provide bilingual service for our customers. No complaints were received with respect to the Official Languages Policy during the year.

The Labour Management Committee again proved that communication and a problem-solving approach are keys to great relations, as neither of the two grievances received went to arbitration. The Occupational Health & Safety and Employee & Family Assistance Program committees continue to provide opportunities for all employees to work in a safe and healthy work environment.

• To become the recognized leader for delivery of responsible use beverage alcohol programs in the province...

ANBL has a strong commitment to the promotion of responsible use of our products. We work diligently to ensure that only the right people are served in our stores. Staff are trained on identifying potentially intoxicated or underage customers and how to deal with them appropriately. During 2004-2005, over 400 of our store employees took the course "Working SMAART" (Strategies for Managing Age & Alcohol Related Troubles) as a refresher. We challenged 170 000 people and more than 5 700 or 3.3% were denied service. The number of refusals was down slightly from the previous year, however this is viewed as an indication our age verification measures are having the desired effect.

ANBL was proud to participate in the global relief effort in support of victims of the tsunami. Robert Hooper (centre), a store employee from St. Andrews who suggested the idea, joins ANBL President and CEO Barbara Winsor (left) to present a cheque to Canadian Red Cross director Louise Castonguay (right).

A very rewarding social endeavour during the year was ANBL's participation in the Southeast Asia tsunami relief effort. The convenience of our 50 corporate stores and 72 agent partners served as easy donation points, and through the generosity of our customers we were able to collect over $110 000 for the Canadian Red Cross.

There were donation boxes at our check out lanes to benefit various charitable organizations. In 2004-2005, in addition to the tsunami relief effort, we were able to help raise over $10 000 for various registered not-for-profit organizations. As well, ANBL provided over $5500 to the NB Association of Food Banks by donating all profits earned during the provincial government's New Brunswick Day campaign.

During the year, the Corporation also worked with ten fairs and festivals supporting charitable organizations. Our assistance included project planning and product acquisition, and helped raise in excess of $84 000.

CORPORATE GOVERNANCE:

As we prepare to celebrate our 30th anniversary in 2006, it is appropriate that we examine the guiding principles under which the Corporation operates.

The affairs of ANBL are administered by a Board of Directors, appointed by the Lieutenant-Governor in Council. The Board's mandate is prescribed by Section 6(3) of the New Brunswick Liquor Corporation Act: "The Board shall administer the affairs of the Corporation on a commercial basis and all decisions and actions of the Board are to be based on sound business practices."

The Board establishes business objectives, sets performance expectations, and approves the Corporation's strategic plan. It also approves the Master Operating Plan and budget annually.

In 2004-2005, ANBL reinforced elements of our corporate governance practices, including the formalization and strengthening of the financial reporting process. As well, a by-law was passed to formally establish an Audit Committee of the Board, as follows:

The committee shall assist the Board in its oversight with respect to:

- The quality and integrity of financial information;
- The Independent Auditor's performance, qualifications and independence;
- The performance of the Corporation's internal audit function; and
- The Corporation's compliance with legal and regulatory requirements.

The updated reporting structure also requires the Manager of Internal Audit & Security Services to report directly to the Audit Committee, independent of operational management.

Numerous formal procedures augment ANBL's accountability to the Government of New Brunswick and the citizens of the province. Our Annual Report is tabled in the Provincial Legislature and is also made available online at www.anbl.com. Alcool NB Liquor's records are open to public scrutiny under the Right to Information Act. As well, Board of Management must approve all outlays and expenditures of a capital nature in excess of $100 000 in advance.

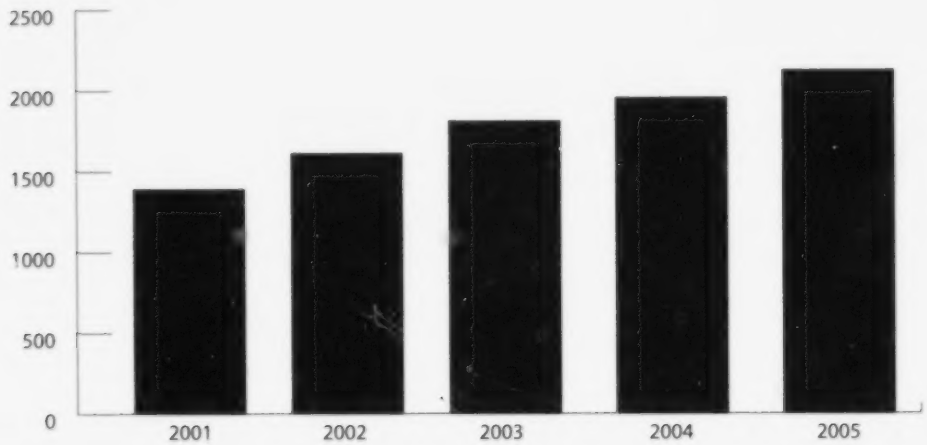
In closing, the Corporation has completed the second year of its five-year strategic plan. With the help of its dedicated workforce, Alcool NB Liquor met or surpassed most of the goals and targets set out in the plan. With our mission to be "the best beverage alcohol retailer in Canada" at the forefront of our decision making, the Corporation is well positioned to meet the challenges that lay ahead.

Consumption Data *(Drinking Age)*

2005				2004		
Total Litres	**Litres Per Capita**	**Sales Per Litre**		**Total Litres**	**Litres Per Capita**	**Sales Per Litre**
2 860 829	4.86	$26.33	Spirits	2 835 379	4.85	$25.75
4 077 310	6.93	10.62	Wine	3 849 072	6.59	10.44
2 935 974	4.99	6.46	Other beverages	2 953 429	5.06	6.49
50 603 071	86.01	3.82	Beer	50 847 787	87.04	3.73

Operational Information

Number of regular listed products 2001-2005



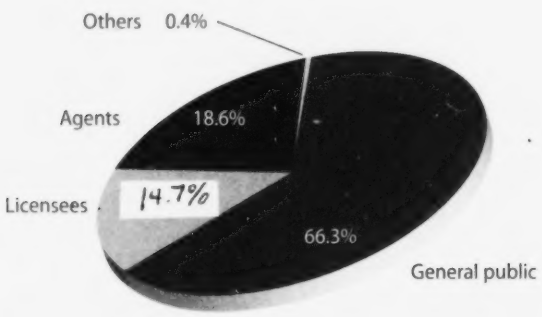
	2001	2002	2003	2004	2005
Number of ANBL Stores	49	49	49	49	50
Number of Agency Stores	69	72	73	72	72
Number of ANBL permanent employees	325	359	373	393	399
Number of regular listed products	1393	1614	1813	1956	2125

Remittances to Governments

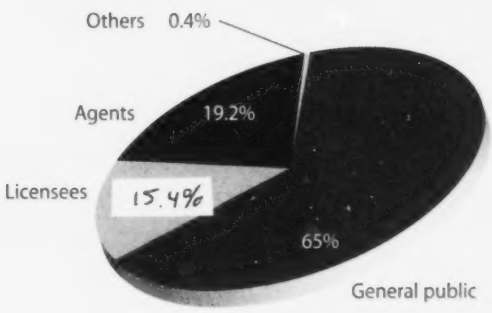
	2005	2004
Province of New Brunswick		
Payments from net income	$ 122 702 556	$ 120 456 739
Environmental Trust Fund	1 250 269	1 120 818
License charges collected	—	2 450 398
Property taxes	374 711	460 428
	124 327 536	124 488 383
Government of Canada		
Harmonized Sales Tax	26 298 255	25 322 958
Excise tax and customs duties	14 943 394	14 266 742
	41 241 649	39 589 700
	$165 569 185	**$164 078 083**

Provincial Sales by Source

2005



2004



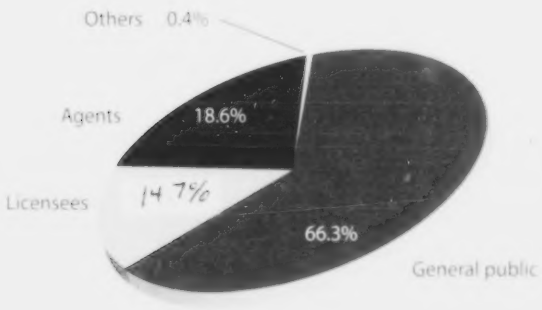
	2005		2004	
General public	$ 219 654 583	66.3%	$ 209 364 754	65.0%
Licensees	48 721 487	14.7	49 687 958	15.4
Agents	61 479 585	18.6	61 680 039	19.2
Others	1 194 180	0.4	1 180 644	0.4
	$ 331 049 835	**100.0%**	**$ 321 913 395**	**100.0%**

Remittances to Governments

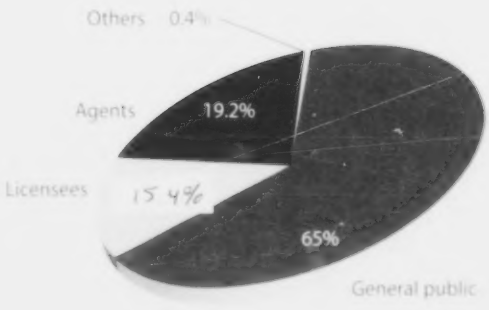
	2005	2004
Province of New Brunswick		
Government of Canada		
	$165 569 185	**$164 078 083**

Provincial Sales by Source

2005

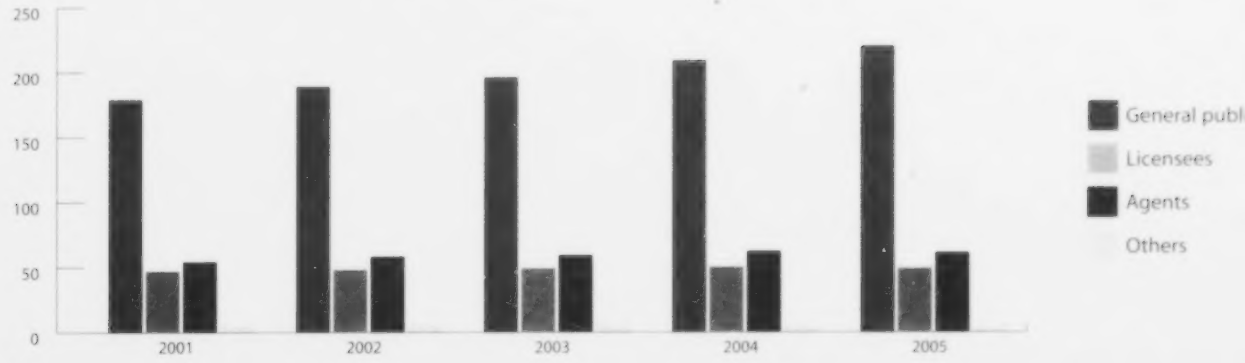


2004



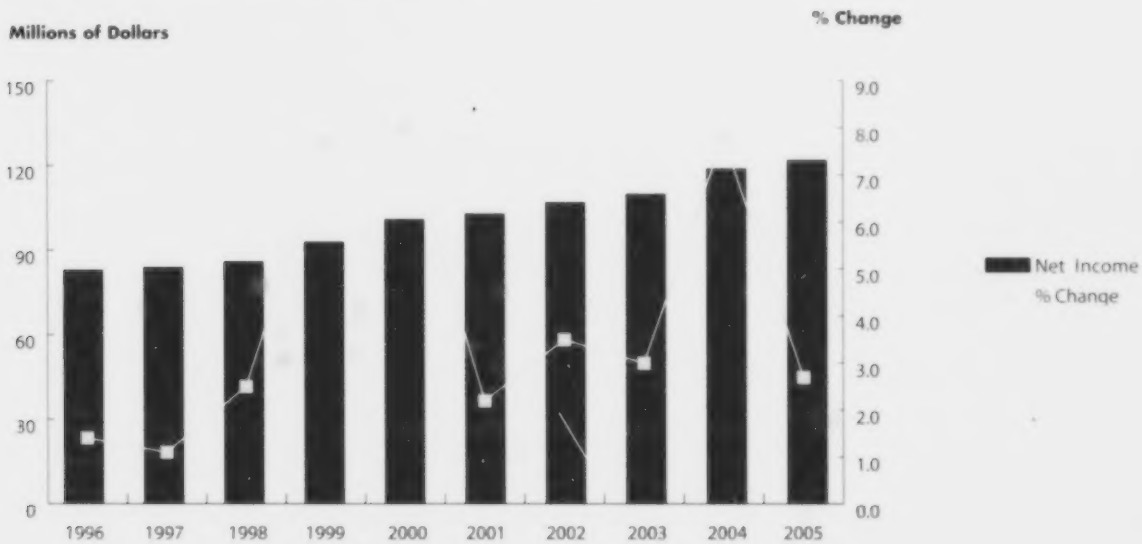
	2005		2004	
	$ 331 049 835	**100.0%**	**$ 321 913 395**	**100.0%**

Sales by Source *(millions of dollars)*



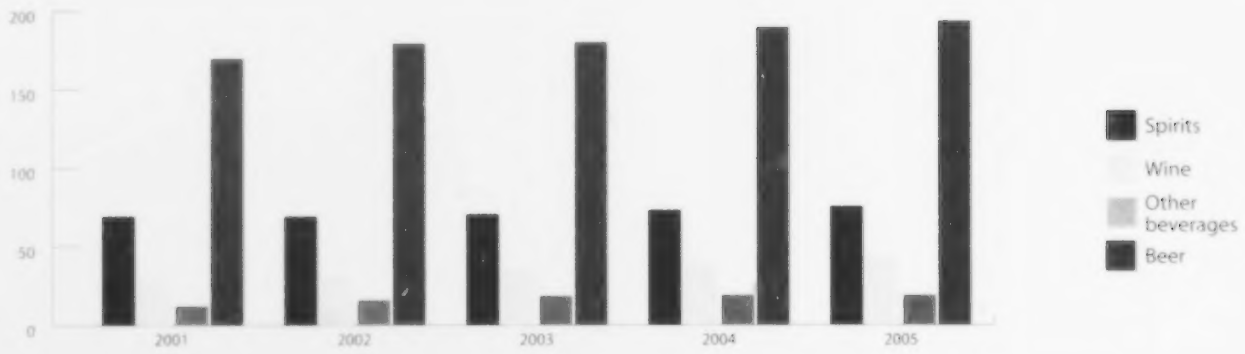
	2001	2002	2003	2004	2005
General public	179	189	196	209	220
Licensees	47	48	49	50	49
Agents	54	58	59	62	61
Others	1	1	1	1	1

Net Income Information



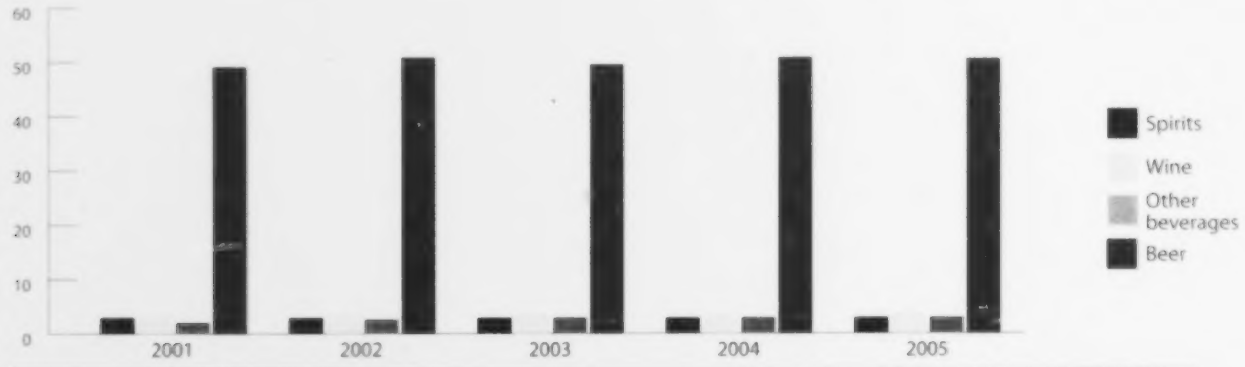
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Net Income (millions of dollars)	83	84	86	93	101	103	107	110	119	122
% Change	1.4	1.1	2.5	7.7	8.0	2.2	3.5	3.0	7.8	2.7

Total Sales *(millions of dollars)*



	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	Total	% Change (yearly)
2001	69.0	29.7	12.2	169.5	280.4	2.4%
2002	69.1	31.7	16.0	179.1	295.9	5.5%
2003	70.5	35.9	18.7	179.9	305.0	3.1%
2004	73.0	40.2	19.2	189.5	321.9	5.5%
2005	75.3	43.3	19.0	193.4	331.0	2.8%

Litres Sold *(millions of litres)*



	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	Total	% Change (yearly)
2001	2.89	3.30	2.03	49.16	57.38	0.1%
2002	2.83	3.40	2.59	50.86	59.68	4.0%
2003	2.83	3.69	2.92	49.56	59.00	-1.1%
2004	2.84	3.85	2.95	50.85	60.49	2.5%
2005	2.86	4.08	2.94	50.60	60.48	0.0%

From left to right : Mary Raymond, Lisa Power, Liz Durant, Bill Hatfield, Audley Chambers, Murray Sproul, Pat Comeau, Mike O'Brien, Sandra Cormier, Stella Byers.

Store Locations

- ● Retail Store
- ▲ Agency Store
- ○ Manufacturer's Agency Store
- ■ Multiple Locations

From left to right : Mary Raymond, Lisa Power, Liz Durant, Bill Hatfield, Audley Chambers, Murray Sproul, Pat Comeau, Mike O'Brien, Sandra Cormier, Stella Byers.

Store Locations

Store Locations

Store Sales by Location

Location	Public	Licensee	Total
Bathurst (4)	$ 9 155 033	$ 1 534 623	$ 10 689 656
Beresford	2 563 171	268 915	2 832 086
Bouctouche (2)	4 421 471	537 221	4 958 692
Bristol (2)	3 396 192	262 618	3 658 810
Campbellton (2)	3 255 834	923 036	4 178 870
Cap-Pelé	2 308 430	173 648	2 482 078
Caraquet (3)	6 339 665	1 137 596	7 477 261
Cocagne	1 538 741	188 557	1 727 298
Dalhousie (3)	5 345 685	576 458	5 922 143
Dieppe	14 061 507	4 386 975	18 448 482
Edmundston (3)	8 767 592	2 461 849	11 229 441
Fredericton City			
Brookside Mall (3)	8 843 843	3 799 783	12 643 626
Devon Park (3)	7 662 244	1 014 430	8 676 674
King Street	5 668 697	773 854	6 442 551
Prospect Street	11 636 969	1 276 756	12 913 725
Smythe Street	3 536 962	–	3 536 962
Total Fredericton Stores	37 348 715	6 864 823	44 213 538
Grand Bay (2)	4 468 765	353 887	4 822 652
Grand Falls (4)	8 645 406	1 234 442	9 879 848
Grand Manan	1 278 629	102 898	1 381 527
Hampton (1)	4 725 611	200 188	4 925 799
Laméque	1 650 330	145 714	1 796 044
Minto (2)	3 214 927	150 753	3 365 680
Miramichi City			
Chatham (2)	5 704 803	722 619	6 427 422
Newcastle (3)	9 076 342	1 239 273	10 315 615
Total Miramichi Stores	14 781 145	1 961 892	16 743 037
Moncton City			
Elmwood Drive (1)	6 589 158	2 355 236	8 944 394
Main Street	961 324	–	961 324
Mountain Road (1)	11 967 330	3 516 711	15 484 041
St. George Blvd.	4 624 566	712 591	5 337 157
Total Moncton Stores	24 142 378	6 584 538	30 726 916

Location	Public	Licensee	Total
Neguac	$ 2 264 739	$ 380 755	$ 2 645 494
Oromocto (2)	7 846 407	1 160 473	9 006 880
Perth-Andover (2)	3 673 618	315 889	3 989 507
Petit Rocher	2 688 271	230 221	2 918 492
Quispamsis (1)	8 873 150	609 801	9 482 951
Richibucto (3)	6 000 288	731 368	6 731 656
Riverview (4)	10 152 656	1 885 188	12 037 844
Sackville (2)	5 421 121	599 322	6 020 443
Saint John City			
King Street	2 058 287	266 240	2 324 527
Lansdowne Place	6 294 777	2 006 205	8 300 982
Parkway Mall (1)	10 193 218	1 891 543	12 084 761
Prince Edward Sq.	3 853 670	1 598 775	5 452 445
Westward Place	7 449 600	2 085 790	9 535 390
Total Saint John Stores	29 849 552	7 848 553	37 698 105
St. Andrews	1 826 941	616 184	2 443 125
St. George (1)	3 329 479	147 642	3 477 121
St. Stephen (2)	5 443 446	502 191	5 945 637
Saint-Louis de Kent (1)	1 853 180	123 744	1 976 924
Shediac (1)	6 426 937	797 763	7 224 700
Shippagan (1)	2 775 940	341 887	3 117 827
Sussex (3)	6 273 073	725 324	6 998 397
Tracadie (2)	6 654 981	961 595	7 616 576
Woodstock (5)	7 908 348	675 788	8 584 136
Head Office	1 656 994	17 168	1 674 162
TOTAL	**$282 328 348**	**$48 721 487**	**$331 049 835**

(#) Indicates number of agents at this location

Agent Sales by Location

Agency Location	ANBL Location	Sales
Allardville	Bathurst	$ 662 050
Alma	Riverview	413 143
Arthurette	Perth-Andover	401 213
Baie-Sainte-Anne	Chatham	804 788
Balmoral	Dalhousie	1 462 188
Barnesville	Quispamsis	931 173
Bay du Vin	Chatham	527 576
Belledune	Dalhousie	1 231 701
Blacks Harbour	St. George	1 067 351
Blackville	Newcastle	917 930
Boiestown	Devon Park, Fredericton	601 395
Brantville	Tracadie	1 368 463
Cambridge Narrows	Sussex	730 251
Campobello	St. Stephen	211 766
Canaan Forks	Sussex	181 892
Canterbury	Woodstock	404 666
Centreville	Bristol	1 038 588
Chaleo	Dalhousie	945 891
Chipman	Minto	1 253 197
Clair	Edmundston	672 031
Debec	Woodstock	523 191
Doaktown	Devon Park, Fredericton	786 400
Dorchester	Sackville	318 136
Douglas Harbour	Minto	486 849
Dumfries	Woodstock	556 041
Fredericton Junction	Oromocto	1 031 241
Gagetown	Oromocto	634 690
Grande-Anse	Caraquet	820 019
Harcourt	Richibucto	523 401
Hartland	Woodstock	1 424 326
Harvey	Devon Park, Fredericton	1 060 777
Haute-Aboujagane	Shediac	811 979
Hillsborough	Riverview	792 191
Janeville	Bathurst	398 964
Juniper	Bristol	459 331
Kedgwick	Grand Falls	1 120 858
Lac Baker	Edmundston	298 030
Lazeau	Grand Bay	$ 892 922
Mactaquac	Brookside Mall, Fredericton	1 642 409
Maisonnette	Caraquet	365 171
McAdam	St. Stephen	515 725
Memramcook	Elmwood Drive, Moncton	1 792 934
Miscou	Shippagan	413 788
Nackawic	Woodstock	1 285 233
Nerepis	Hampton	1 744 136
Pagwville	Caraquet	1 887 073
Petitcodiac	Mountain Road, Moncton	1 698 282
Plaster Rock	Perth-Andover	1 133 671
Pointe-Sapin	Saint-Louis de Kent	332 159
Port Elgin	Sackville	1 711 166
Renous	Newcastle	875 929
Richibucto-Village	Richibucto	682 152
Riley Brook	Grand Falls	280 807
Riverside-Albert	Riverview	352 436
Rogersville	Richibucto	1 390 100
Saint-Antoine	Bouctouche	1 847 188
Saint-Arthur	Campbellton	351 164
Saint-Isidore	Tracadie	858 425
Saint-Jean-Baptiste-de-Restigouche	Campbellton	114 665
Saint-Paul	Bouctouche	463 775
Saint-Quentin	Grand Falls	1 614 915
Saint-Sauveur	Bathurst	308 131
Sainte-Anne-de-Madawaska	Edmundston	734 138
Salisbury	Riverview	2 098 547
South Tetagouche	Bathurst	425 139
St. Leonard	Grand Falls	827 002
St. Martins	Parkway Mall, Saint John	588 787
Stanley	Brookside Mall, Fredericton	781 865
Sunny Corner	Newcastle	1 180 399
Welsford (1)	Grand Bay	814 092
Youngs Cove	Sussex	504 377
Zealand	Brookside Mall, Fredericton	949 414
Manufacturers' Agents	Head Office, Fredericton	155 822
TOTAL		**$ 61 479 585**

(1) Agency store temporarily closed during the year.

170 chemin Wilsey Road
PO Box / C.P. 20787
Fredericton NB
Canada E3B 5B8

tel. / tél. : (506) 452-6826
fax. / télec. : (506) 462-2024
www.anbl.com

MANAGEMENT REPORT

The preparation of financial information is an integral part of management's responsibilities, and the accompanying financial statements are the responsibility of the management of the Corporation. This responsibility includes the selection of appropriate accounting policies and making judgements and estimates consistent with Canadian generally accepted accounting principles.

The Corporation maintains an accounting system and related controls to provide management and the Board with reasonable assurance that transactions are executed and recorded as authorized, that assets are properly safeguarded and accounted for, and that financial records are reliable for the preparation of financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Financial information presented elsewhere in this annual report is consistent with that in the financial statements.

Barbara Winsor

Barbara Winsor
President & CEO

Richard A. Smith, C.G.A., C.M.A.
Vice-President & CFO

June 6, 2005

KPMG LLP
Chartered Accountants
Frederick Square
77 Westmorland Street Suite 700
Fredericton NB E3B 6Z3
Canada

Telephone (506) 452-8000
Fax (506) 450-0072
Internet www.kpmg.ca

AUDITORS' REPORT

To the Directors of New Brunswick Liquor Corporation

We have audited the balance sheet of the New Brunswick Liquor Corporation as at March 31, 2005 and the statements of income and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2005 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Our audit was conducted for the purpose of forming an opinion on the basic financial statements taken as a whole. The current year's supplementary information included in the schedules is presented for purposes of additional analysis and is not a required part of the basic financial statements. Such supplementary information has been subjected to the auditing procedures applied in the audit of the basic financial statements and, in our opinion, is fairly stated in all material respects in relation to the basic financial statements taken as a whole.

KPMG LLP

Chartered Accountants

Fredericton, Canada
June 6, 2005

KPMG LLP, a Canadian limited liability partnership is the Canadian Member firm of KPMG International, a Swiss cooperative.

Balance Sheet

	MARCH 31	
ASSETS	**2005**	**2004**
Current Assets		
Cash	$ 172 940	$ 328 470
Accounts receivable	1 723 166	1 653 325
Inventories (note 1)	17 380 969	17 287 840
Prepaid expenses	497 216	646 565
Total current assets	19 774 291	19 916 200
Deferred Charges		
Past service pension	1 065 894	1 142 034
Deposit - injured workers (note 2)	784 820	801 564
Total deferred charges	1 850 714	1 943 598
Fixed Assets		
Property, plant and equipment (note 3)	10 518 060	10 425 290
Total Assets	**$ 32 143 065**	**$ 32 285 088**
LIABILITIES		
Current Liabilities		
Outstanding cheques in excess of funds on deposit	$ 2 268 774	
Accounts payable and accrued liabilities	14 878 999	$ 16 067 589
Current portion of past service pension liability	391 116	344 253
Total current liabilities	17 538 889	16 411 842
Long Term Debt		
Past service pension liability (note 5)	2 914 072	3 305 188
EQUITY OF THE PROVINCE OF NEW BRUNSWICK		
Balance at beginning of year	12 568 058	14 382 399
Net income	121 824 602	118 642 398
	134 392 660	133 024 797
Payments to the Province of New Brunswick	122 702 556	120 456 739
Balance at end of year	11 690 104	12 568 058
Total Liabilities and Equity	**$ 32 143 065**	**$ 32 285 088**
Commitments (note 6)		

See accompanying notes to financial statements

APPROVED BY THE BOARD:

Director

Director

Income Statement

Year ended March 31

	Budget 2005	Actual 2005	Actual 2004
Total sales (note 7)	$ 333 543 712	$ 331 049 835	$ 321 913 395
Less: commissions	4 685 961	4 601 670	4 553 279
Net sales	328 857 751	326 448 165	317 360 116
Cost of sales	171 826 994	169 387 381	165 316 294
Gross profit	157 030 757	157 060 784	152 043 822
Other income	1 190 360	1 644 730	1 249 991
	158 221 117	158 705 514	153 293 813
Operating expenses	37 883 833	36 880 912	34 651 415
Net income	**$ 120 337 284**	**$ 121 824 602**	**$ 118 642 398**

See accompanying notes to financial statements

Statement of Cash Flows

Year ended March 31

CASH FROM OPERATIONS	**2005**	**2004**
Net income	$ 121 824 602	$ 118 642 398
Items not involving cash		
Depreciation	1 753 376	1 734 457
Amortization of past service pension deferred charge	76 140	76 140
(Gain) loss on sale of property, plant and equipment	(3 059)	41 338
Decrease in deposit - injured workers	16 744	80 773
Change in noncash working capital	1 066 563	1 895 348
Decrease in past service pension liability	(344 253)	(292 987)
Cash available from operations	124 390 113	122 177 467
NET CAPITAL INVESTMENTS		
Additions to property, plant and equipment	(1 860 835)	(1 537 754)
Proceeds from sale of property, plant and equipment	17 748	9 401
Net cash used for capital investments	(1 843 087)	(1 528 353)
PAYMENTS TO THE PROVINCE OF NEW BRUNSWICK	(122 702 556)	(120 456 739)
(DECREASE) INCREASE IN CASH	(155 530)	192 375
CASH AT BEGINNING OF YEAR	328 470	136 095
CASH AT END OF YEAR	**$ 172 940**	**$ 328 470**

See accompanying notes to financial statements

SCHEDULE OF SALES

Year ended March 31

	Budget 2005	Actual 2005	Actual 2004
Spirits	$ 75 296 014	$ 75 324 164	$ 73 022 532
Wine	42 356 024	43 304 492	40 177 125
Other beverages	21 430 655	18 976 656	19 166 689
Beer	194 461 019	193 444 523	189 547 049
	$ 333 543 712	**$ 331 049 835**	**$ 321 913 395**

SCHEDULE OF COST OF SALES

Year ended March 31

	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	2005 Total	2004 Total
Inventories at beginning of year	$ 5 607 586	$ 6 532 538	$ 1 247 101	$ 3 789 830	$ 17 177 055	$ 16 021 039
Purchases	17 455 641	15 514 206	7 938 644	110 964 828	151 873 319	149 678 309
Freight	574 226	1 409 883	420 946	222 940	2 627 995	2 527 259
Duty and excise tax	11 777 819	2 136 286	748 213	281 076	14 943 394	14 266 742
	35 415 272	25 592 913	10 354 904	115 258 674	186 621 763	182 493 349
Inventories at end of year	5 605 736	6 570 060	1 123 765	3 934 821	17 234 382	17 177 055
	$ 29 809 536	**$ 19 022 853**	**$ 9 231 139**	**$ 111 323 853**	**$ 169 387 381**	**$ 165 316 294**

SCHEDULE OF OTHER INCOME

Year ended March 31

	Budget 2005	Actual 2005	Actual 2004
Merchandising programs	$ 1 015 484	$ 1 236 042	$ 1 018 350
Private importation revenue	53 468	56 822	47 633
Commission on collection of licensee user fees	–	3 340	45 742
Beer voucher administration fees	15 000	16 104	15 486
Unredeemed beverage container deposits	82 884	95 964	80 045
Subscriptions to sales reports	11 200	11 230	15 235
Gain (loss) on sale of property, plant and equipment	(13 876)	3 059	(41 338)
Interest on deposit - injured workers	–	78 959	35 255
Sundry	26 200	143 210	33 583
	$1 190 360	**$1 644 730**	**$1 249 991**

SCHEDULE OF OPERATING EXPENSES

Year ended March 31

	Budget 2005	Actual 2005	Actual 2004
Salaries – stores, warehouse and maintenance	$ 15 090 896	$ 15 034 024	$ 14 220 996
– administration	3 618 631	3 724 772	3 383 078
Employee benefits	5 079 575	4 749 426	4 385 160
Rent	3 563 140	3 441 153	3 114 095
Heat and light	1 052 162	1 087 249	1 005 911
Depreciation	2 147 318	1 753 376	1 734 457
Training programs	180 091	149 003	141 660
Trucking	540 713	731 215	581 064
Repairs to property, plant and equipment	441 167	470 563	436 831
Property taxes	371 700	374 711	460 428
Minor equipment and supplies	683 938	593 526	450 337
Security	279 748	252 509	264 038
Retail automation system maintenance	271 446	259 755	268 914
Travel	330 259	283 460	304 803
Beverage container redemption costs	456 855	532 230	443 638
Shopping bags	266 130	271 641	257 100
Data processing	357 163	305 906	294 844
Telecommunications	606 743	547 161	503 580
Motor vehicle operation	48 340	48 307	49 630
Cleaning	198 414	184 854	181 366
Shortages	50 400	58 815	54 301
Bad debt	—	—	14 538
Management meetings	77 587	56 234	56 489
Postage	80 700	79 450	80 049
Professional services	241 914	196 209	243 256
Bank charges	1 227 740	1 183 485	1 118 686
Warehouse maintenance and supplies	45 190	51 189	50 601
Insurance	153 862	77 447	123 753
Advertising and promotions	263 030	254 477	294 755
Directors' remuneration	38 050	35 650	36 875
Other	120 931	93 115	96 182
	$ 37 883 833	**$ 36 880 912**	**$ 34 651 415**

Notes to Financial Statements

Year ended March 31, 2005

GENERAL

This Crown Corporation is incorporated under the New Brunswick Liquor Corporation Act and its primary business activity is the purchase, distribution and sale of alcoholic beverages throughout the Province of New Brunswick.

SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

Revenue Recognition

Revenue is recognized when goods are sold, all contractual obligations have been met and the amount is reasonably determinable.

Inventories

Inventory of goods for resale is valued at cost, which is lower than net realizable value. Inventory of supplies is valued at cost.

Past Service Pension

Past service pension costs are being amortized on a straight-line basis over sixteen years.

Deposit - Injured Workers

The cost of claims for employees injured prior to April 1, 2002 is being deducted from a deposit held in trust with the Workplace, Health, Safety and Compensation Commission and expensed as an employee benefit as incurred.

Property, Plant and Equipment

Property, plant and equipment are stated at cost. Depreciation is provided on the straight-line basis using the following annual rates:

Buildings	2/%
Paving	10%
Refrigeration equipment	10%
Software and services	10%
Retail automation equipment	20%
Furniture, fixtures and equipment	20%
Automotive equipment	20%

Leasehold improvements are depreciated on the straight-line basis over the remaining lease term.

Retiring Allowances

The cost of the retirement allowance earned by employees is actuarially determined using the projected benefit method pro-rated on service and management's best estimate of salary escalation and retirement age of employees.

The transitional liability related to the retirement allowance is amortized on a straight-line basis over the estimated remaining service period of the employees that participate in the plan (twelve years).

Any excess of the net actuarial gain (loss) over 10% of the benefit obligation is amortized over the estimated remaining service period of active employees.

SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES (continued)

Use of Estimates

The preparation of financial statements in conformity with Canadian generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of the financial statements and the reported amounts of revenue and expenses during the reporting period. Actual results could differ from the estimates.

1. Inventories

	2005	2004
Spirits, wine, other beverages and beer	$ 17 234 382	$ 17 177 055
Supplies	146 587	110 785
	$ 17 380 969	**$ 17 287 840**

2. Deposit - Injured Workers

In conjunction with the conversion to the assessed basis of payment with the Workplace Health, Safety and Compensation Commission (WHSCC), the Corporation placed the sum of $1 000 000 on deposit in trust to cover the estimated cost of claims for employees injured prior to the conversion date of April 1, 2002. This deposit will be held for the period of June 1, 2002 to May 31, 2009 and accrues interest at WHSCC's accounting rate of return for the applicable year. Interest earned in 2005 was $78 959 ($35 255 in 2004). The actual cost of claims is deducted from the deposit in the year the expense is incurred. Actual costs for 2005 were $95 854 ($116 028 in 2004). At the end of the seven-year period or at any time prior, upon request of the Corporation, WHSCC will calculate the future costs associated with these claims, whereupon the Corporation will be responsible for a one-time payment of the amount. From that point forward, WHSCC will assume responsibility for the liability. It is anticipated that the amount currently on deposit will be sufficient to cover all future costs associated with injuries that occurred prior to April 1, 2002.

3. Property, Plant and Equipment

	Cost	Accumulated Depreciation	2005 Net	2004 Net
Land	$ 209 075		$ 209 075	$ 209 075
Paving	517 431	$ 459 789	57 642	53 295
Buildings	11 564 838	7 040 723	4 524 115	4 313 276
Leasehold improvements	5 080 723	3 200 615	1 880 108	1 656 740
Furniture, fixtures and equipment	8 762 248	7 411 467	1 350 781	1 370 381
Automotive equipment	229 872	133 794	96 078	68 673
Retail automation equipment	1 671 009	1 632 610	38 399	37 438
Software and services	3 923 071	2 306 459	1 616 612	1 904 323
Refrigeration equipment	3 261 065	2 515 815	745 250	812 089
	$ 35 219 332	**$ 24 701 272**	**$ 10 518 060**	**$10 425 290**

4. Employee Future Benefits

Pension

Employees of the Corporation belong to the New Brunswick Public Service Superannuation Plan, a multi-employer, defined benefit pension plan. Contributions are made by both the Corporation and the employees. For the year ended March 31, 2005, the Corporation expensed contributions of $1 141 926 ($1 100 608 in 2004) under the terms of the Plan. The Corporation has no direct liability or entitlement to any unfunded liability or surplus in the Plan related to its current or former employees except as disclosed in Note 5.

Retiring Allowances

Employees of the Corporation are entitled to a retirement allowance based on years of service and rate of pay in the year of retirement or death. This program is funded in the year the allowance is paid. The most recent valuation determined the accrued actuarial liability for this benefit was $3 112 500 as at March 31, 2005. At the end of this

4. Employee Future Benefits (continued)

fiscal year the Corporation had recorded a total liability of $1 382 000. Costs of $402 000 relating to this program were expensed during the year ($353 000 in 2004). The valuation used the projected benefit method prorated on service and included management's best estimates of a discount rate of 6% and expected salary escalation of 2.5%.

5. Past Service Pension Liability

Pursuant to a 1991 regulation under the Public Service Superannuation Act (NB), the New Brunswick Liquor Corporation was to contribute annually, until such time as the benefits were fully funded, sufficient amounts into the pension trust fund to amortize $7 900 000 of the pension liability. The amortization period was estimated to be twenty-five years.

Through some of the payment period, experience gains had been identified by actuarial valuations of the Plan from 1992 to 1999 and these gains were amortized over the estimated remaining service life of active contributors. After March 31, 2000, no payments to the pension trust fund were made as a result of actuarial valuations that determined the Plan was fully funded.

An actuarial valuation of the Public Service Superannuation Plan as at April 1, 2002 was completed during the 2002-2003 fiscal year. This valuation determined that the Plan was no longer fully funded and that the Corporation's share of the liability was now estimated to be $3 942 428. The pension liability presently bears interest at 7.12% per year, and the Corporation was required to reinstate annual payments starting in 2004. The amount of these payments will increase each year at the rate of the Canadian Consumer Price Index plus 2%.

	2005	2004
Past service pension liability	$ 3 305 188	$ 3 649 441
Current portion of past service pension liability	391 116	344 253
	$ 2 914 072	**$ 3 305 188**

Principal payments in each of the following five years on the long term debt will be approximately as follows:

2006	$ 391 116
2007	442 141
2008	497 658
2009	558 017
2010	623 595

6. Commitments

The Corporation leases buildings, premises and equipment under operating leases which expire at various dates between 2006 and 2016. Certain of these operating leases contain renewal options at the end of the initial lease term. The following is a schedule, by years, of future minimum lease payments required under operating leases that have, as of March 31, 2005, initial lease terms in excess of one year:

2006	$ 3 134 516
2007	2 928 306
2008	2 720 674
2009	2 356 378
2010	2 193 670
2011 to 2016	4 904 710
	$ 18 238 254

7. Total Sales

Total sales reported include sales to retail customers, licensed establishments and agency stores. These amounts do not include subsequent resale by licensed establishments and agency stores.

8. Fair Value of Financial Assets and Liabilities

The fair value of the Corporation's cash, accounts receivable, outstanding cheques in excess of funds on deposit, accounts payable and accrued liabilities and past service pension liability approximate their carrying amounts.

9. Comparative Figures

Certain 2004 comparative figures have been reclassified to conform with the financial statement presentation adopted in 2005.

2005 RAPPORT ANNUEL

Excellence

EFFICACITÉ

nb alcool • liquor

Conseil d'administration

Maurice Bastarache
Administrateur

Elizabeth Fairley
Secrétaire de la
Société

Belinda Thebeau
Administratrice

Larry Jackson
Président du
Conseil d'administration

Barbara Winsor
Présidente et Chef de
la direction

Jean-Guy Marquis
Administrateur

Aline Letourneau
Vice-présidente du
Conseil d'administration

Bayne MacMillan
Administrateur

Cadres supérieurs

Rick Smith
Vice-président et
Chef des finances

Mike O'Brien
Vice-président Chaine
d'approvisionnement et
installations

Jack Dorcas
Vice-président
Directeur

Barbara Winsor
Présidente et Chef de
la direction

Marion McIntyre
Vice-présidente
Ventes et marketing

Raymond Savoie
Vice-président
Ressources humaines et
Rélations de travail

Fred Steeves
Vice-président
Activités des
magasins

nb alcool • liquor

ISSN 0704-2574

Rapport annuel 2005

L'honorable Jeannot Volpé
Ministre des Finances
Province du Nouveau-Brunswick
Fredericton, N.-B.

Monsieur le Ministre,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel de la Société des Alcools du Nouveau-Brunswick, conformément à l'article 20 de la Loi sur la Société des Alcools du Nouveau-Brunswick pour l'exercice terminé le 31 mars 2005.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments respectueux.

Président du Conseil d'administration,

Larry A. Jackson

Message de la Présidente

Au nom des employés d'Alcool NB Liquor, il me fait plaisir de vous présenter notre Rapport annuel 2004-2005. Il s'agit de la 8e année d'affiliée où la Société a rapporté des rendements records pour le gouvernement provincial et la population du Nouveau-Brunswick. Au cours de l'année, nous avons transféré plus de 122 000 000 $ à la province, ce qui représente une augmentation de plus de 2 millions de dollars par rapport à l'année dernière et ANBL maintient son rôle d'importante génératrice de revenus stables pour la province. Tout au long de l'année, nous nous sommes également concentrés à être un détaillant responsable de boissons alcoolisées pour la province.

Notre réussite a été réalisée par des ventes qui ont dépassé 331 000 000 $, soit une augmentation de près de 10 millions de dollars ou 2,8 % comparativement à l'année dernière. Le bénéfice net était de près de 122 millions de dollars, soit 1,2 % de plus que nos prévisions budgétaires et 3 200 000 $ de plus que l'année dernière.

L'année a quand même présenté des défis. Les ventes de bière ont atteint un plateau au cours du dernier quart pour terminer l'année en baisse de 250 000 litres. Les panachés quant à eux n'ont pas atteint la croissance escomptée. Du côté des dépenses, certaines dépenses d'exploitation ont dépassé les prévisions budgétaires (plus particulièrement pour les coûts de transport en raison de la hausse des prix de l'essence).

Ce rapport annuel, intitulé Excellence et efficacité, décrit en détail les nombreux changements apportés en 2004-2005 afin de nous défier pour atteindre des meilleurs résultats.

Nous demeurons concentrés sur notre objectif de rendre chaque visite dans nos magasins une expérience agréable pour nos clients. Ceci est possible grâce aux employés dévoués et courtois de la Société. À nouveau cette année, notre personnel a relevé le défi de répondre, voire dépasser, les attentes de nos clients.

ANBL a présenté son premier magasin Express, situé à Fredericton. De même, nous avons également apporté des rénovations majeures à deux autres grands magasins.

Notre lien avec nos clients dans les communautés où ils vivent est aussi important que notre réussite commerciale. Depuis notre commandite de salons et festivals jusqu'à l'appui financier aux comptoirs alimentaires à travers la province, la Société recherche des moyens de redonner à notre communauté. Je suis extrêmement fière de notre participation à l'effort mondial de secours aux victimes du tsunami qui a affecté toute la région du Sud-est asiatique.

Au cours de la prochaine année, la Société marquera une étape très importante puisque nous célébrerons notre 30e anniversaire. Nous visons constamment d'être le meilleur détaillant de boissons alcoolisées au Canada. Un exemple de ce dévouement est le fait que nous avons été reconnus comme Régie d'alcool de l'année 2004 par la Opimian Society.

Je tiens à remercier notre Conseil d'administration pour leur appui qui aide à nous garder sur la bonne voie vers la vision guidant notre Société.

Au cours de la prochaine année, nous continuerons d'améliorer nos magasins, de perfectionner les compétences de nos employés et de développer notre gamme de produits pour assurer que nous répondions aux besoins des gens du Nouveau-Brunswick.

Présidente et Chef de la direction,

Barbara Winsor

Barbara Winsor

Revue de l'année

En 2004-2005, Alcool NB Liquor a poursuivi la mise en œuvre de notre plan stratégique de cinq ans. De la réduction de l'inventaire jusqu'à la mise à jour de notre système de point de vente, en passant par l'appui à l'effort mondial de secours aux victimes du tsunami au Sud-est asiatique, notre mission «d'être le meilleur détaillant de boissons alcoolisées au Canada» est demeurée à l'avant-plan de toutes nos décisions.

Afin d'atteindre notre mission, nous sommes engagés à :

- Optimiser les profits pour nos actionnaires;
- Répondre aux besoins de nos clients par la fourniture de produits et services de façon progressive et responsable;
- Employer un personnel courtois, compétent et efficace pour assurer notre succès, et
- Promouvoir l'utilisation responsable de nos produits et la conformité aux obligations légales.

Des buts pour cinq ans ont été établis pour nous aider à répondre à nos engagements :

- Livrer 600 millions de dollars à la Province du Nouveau-Brunswick par le biais de ventes au détail innovatrices et d'une grande efficacité de nos activités;
- Créer une attitude d'amélioration continue au sein de la Société;
- Atteindre 100 % de satisfaction de la clientèle;
- Maintenir un personnel courtois, compétent et efficace, et
- Devenir un chef de file reconnu pour la prestation de programmes sur l'utilisation responsable des boissons alcoolisées dans la province.

• Livrer 600 millions de dollars à la Province du Nouveau-Brunswick par le biais de ventes au détail innovatrices et d'une grande efficacité de nos activités...

En 2004-2005, plus de 122 000 000 $ ont été transférés aux revenus généraux du gouvernement à partir de nos bénéfices. En moyenne, cette somme nous place au-delà de l'objectif financier du plan stratégique deux ans après sa mise en œuvre. De nombreuses améliorations d'exploitation ont été faites au cours de l'année pour augmenter notre rentabilité (à court terme et à long terme). Certaines de ces améliorations sont décrites ci-après.

Le système de gestion d'entrepôt d'ANBL a continué de rapporter des dividendes cette année en nous aidant à améliorer la productivité globale de l'entrepôt de 10 %. Les taux de «service» des employés de l'entrepôt ont atteint un niveau d'exactitude dépassant 99 % en 2004-2005. Cette exactitude a éliminé le besoin de compter à nouveau l'inventaire arrivant aux magasins, ce qui a apporté une économie considérable des coûts pour la Société. Une nouvelle division de la Chaîne d'approvisionnement a été mise en place et elle comprend les anciennes fonctions

Les employés de l'entrepôt ont amélioré leur exactitude de chargement des expéditions aux magasins. Ceci a éliminé le besoin de compter l'inventaire à nouveau, menant ainsi à des économies de coût.

d'entrepôt, d'achat d'alcool et de gestion du transport. Une nouvelle gérante de la chaîne d'approvisionnement a été recruté pour surveiller les nouvelles activités regroupées. Des améliorations considérables ont été notées dans la gestion globale du réseau de la chaîne d'approvisionnement et dans la fourniture d'améliorations du service aux magasins d'ANBL et aux agents. Des appels d'offres publics ont été émis et des contrats ont ensuite été accordés pour des services de livraison sortante des produits de l'entrepôt aux magasins ANBL et aux agents et pour les services de transport outre-mer et de transport océanique. Ce dernier contrat, plus particulièrement, devrait apporter des économies de coûts et une plus grande efficacité de service au réseau de la chaîne d'approvisionnement.

En plus de simplifier les activités de l'entrepôt, nous avons également amélioré nos pratiques de gestion d'inventaire de ce fait une meilleure disponibilité des produits pour nos clients. Un projet pilote de «Réapprovisionnement des stocks des magasins» a été effectué dans trois magasins de la Société en novembre et décembre qui est habituellement une des périodes de ventes les plus occupées de l'année. Des livraisons juste à temps pour les magasins de Fredericton, Dieppe et Edmundston ont minimisé les excédents de stocks, ce qui a permis de réduire les coûts d'entreposage et d'éliminer la nécessité de déplacer les excédents de stock vers d'autres magasins. Les résultats étaient très encourageants puisque le service aux magasins a atteint 95 % avec des livraisons incomplètes minimales. Ce programme sera élargi en 2005-2006.

Nous avons également collaboré avec nos partenaires des magasins de franchise pour améliorer l'efficacité. Au cours de l'année, les expéditions par livraison directe ont été mises en œuvre pour 16 magasins de franchise additionnels, ce qui a porté le total de magasins de franchise utilisant la livraison directe à 50. Ceci a éliminé le besoin d'entreposer l'inventaire de l'agent localement en plus de réduire les coûts de manutention.

Notre réussite financière en 2004-2005 a également été le résultat d'une plus grande efficacité dans les autres secteurs de l'organisme. Nous avons travaillé avec diligence pour maintenir les coûts à un bas niveau, pour augmenter la productivité et pour maximiser le rendement pour le gouvernement grâce à diverses initiatives visant à maintenir les dépenses d'exploitation à moins de 11 % des ventes totales.

Un plan de marketing à long terme correspondant à la direction stratégique de l'entreprise a été défini vers la fin de l'année et il visait à améliorer notre capacité d'offrir la bonne gamme de produits. Une mise en œuvre sur trois ans de la gestion par catégories a été entreprise par la recherche de ses principes et meilleures pratiques et par la mise en œuvre des travaux initiaux pour leur application sur notre marché. Une analyste des catégories a été embauchée et les premières étapes de l'optimisation de la gamme de produits ont été entreprises.

• Créer une attitude d'amélioration continue au sein de la Société...

ANBL continue de chercher à offrir un service à la clientèle amélioré et un meilleur choix de produits dans des lieux de plus en plus attrayants. Notre magasin Parkway Mall Sélection a fait l'objet d'un projet important de rénovation et il a rouvert ses portes en 2004-2005.

Un nouveau magasin a été ouvert et deux magasins ont été mis à niveau selon le programme d'amélioration du service de la Société. Un nouveau magasin «Express» loué a ouvert ses portes à Fredericton. Ce nouveau concept de magasin est annexé à une grande épicerie et il s'ouvre dans cette épicerie. Il est conçu pour fournir de la commodité d'achat aux clients de l'épicerie et du magasin d'alcool. Des étagères métalliques ont été installées à ce magasin au lieu des étagères standard en bois en plus d'une série de réfrigérateurs et d'une petite chambre pour produits réfrigérés. Les magasins de Parkway Mall (Saint John) et de la promenade Elmwood (Moncton) ont subi des agrandissements et rénovations majeurs. Des nouveaux appareils pour les produits ont été installés, les chambres froides ont été agrandies pour augmenter leur capacité et l'intérieur a été rénové selon nos nouvelles normes de décoration. Le magasin du Parkway Mall comprend la première «Salle de dégustation» utilisée pour la formation et les ateliers de service à la clientèle. Des baux de dix ans ont été signés aux trois emplacements.

La Société avait prévu ouvrir un nouveau magasin loué à Salisbury pour remplacer le magasin de franchise existant mais ce plan a été annulé afin de maintenir le service qui était déjà fourni. D'un autre côté, les contrats ont été accordés pour un nouveau magasin loué à Moncton Nord afin de mieux desservir la population croissante de ce secteur. Un projet de remplacement du magasin appartenant à la Société sur le boulevard St. George (Moncton) par un nouveau magasin loué a été reporté à 2005-2006.

Le magasin de Grand-Sault présente un nouveau concept «Centre de découvertes» en plus d'un éclairage amélioré et de nouvelles couleurs à l'intérieur. À St. George, les installations pour le déchargement ont été améliorées et un nouveau système de ventilation a été installé. Un «Centre de découvertes» a également été aménagé à Sackville. À St. Andrews et Hampton, les vestibules des magasins ont été rendus accessibles pour tous les clients. Un nouveau toit a été posé à Minto et du nouveau matériel de manutention a été acheté pour cinq magasins. À de nombreux emplacements, de nouvelles unités de présentation de jumelage du vin et de la nourriture aident les consommateurs à faire leurs choix, tout comme les affichettes «Suggestion du sommelier» et les programmes promotionnels «Boisson de la semaine».

Les réparations exhaustives de la structure du plancher de l'entrepôt central se sont poursuivies et des nouveaux chariots élévateurs à batterie et des chariot à poste de conduite élevable ont été achetés pour la flotte de manutention.

À la fin de 2004-2005, Alcool NB Liquor a émis un appel de propositions pour un nouveau logiciel de point de vente. Cet investissement verra le remplacement de notre réseau de caisses enregistreuses par un système ultramoderne qui apportera des économies immédiates pour la Société grâce aux améliorations du traitement des transactions par carte de débit et de crédit et l'utilisation de lecteurs optiques manuels sans fil, par exemple. Ce progrès de la technologie augmentera considérablement l'efficacité du personnel en leur permettant de concentrer leur attention sur le service à la clientèle.

Conformément à notre plan stratégique, ANBL a mis en œuvre un processus d'approbation pour les projets de systèmes informatiques. Un comité interservices a été créé pour établir les procédures de tri et la priorité des projets futurs. Ce processus formalisé assure que les ressources sont appliquées où on en a le plus besoin et où elles rapportent le plus à la Société.

Une importante mise à niveau du système d'ordinateurs personnels au Siège social a été entreprise au cours de l'année, ce qui a apporté une efficacité améliorée des employés. De même, les cadres supérieurs ont pris une importante démarche en élaborant un plan de récupération après un sinistre pour la Société. Le plan est concentré sur le Siège social à Fredericton et les mesures particulières à prendre afin de protéger les activités essentielles de la Société en cas de sinistre. Il sera mis en œuvre et testé au début de la nouvelle année.

À l'intérieur de nos magasins, le jumelage de la science et de la créativité ont permis de créer un milieu de magasinage plus accueillant et efficace. Six magasins ont bénéficié de la mise en œuvre des diagrammes de planification d'étagères dans le cadre de notre programme continu visant à améliorer la présentation de produits pour nos clients.

• Atteindre 100 % de satisfaction de la clientèle...

ANBL a entrepris de nombreuses initiatives cette année pour améliorer notre visibilité dans la communauté et développer nos relations avec nos clients. En plus des nombreuses activités de bienfaisance décrites plus loin dans le présent rapport, ANBL a également participé à diverses célébrations communautaires, y compris des dégustations spéciales en magasin, un partenariat avec Theatre New Brunswick et une commandite partielle du très populaire Festival Harvest Jazz & Blues de Fredericton. Notre sommelier est demeuré très visible à travers la province en offrant ses connaissances sur les produits par le biais de diverses méthodes, y compris des chroniques dans deux quotidiens, des présences à la télévision locale, l'animation de dégustations guidées et l'animation de cours d'introduction sur le vin et la gastronomie.

Nous continuons de travailler pour être le meilleur détaillant de boissons alcoolisées au Canada. L'Opimian Society a accordé le titre de Régie d'alcool de l'année 2004 à Alcool NB Liquor. Cet honneur national est une reconnaissance de notre évolution comme détaillant axé sur le client et il a été remis après que nous avons obtenu le titre de «Régie la plus améliorée» en 2003.

Les salons du mieux-être, les défis d'exercice physique et les ateliers éducatifs sont quelques-uns des outils utilisés par ANBL pour promouvoir la santé et les modes de vie actifs des employés

En 2004-2005, la Société a adopté un plan de marketing à long terme pour relever les défis contenus des prochaines années. Nous avons également pris des démarches pour améliorer les communications de l'entreprise et l'un des bénéfices immédiat étant le partage des meilleures pratiques entre les magasins.

Cette année, nous avons entrepris une révision approfondie des programmes de marketing en magasin qui a apporté le lancement de nouvelles initiatives. Des programmes comme le nouveau Présentoir géant qui garantit un emplacement de premier plan dans tous les magasins et un nombre optimal de casses dans le présentoir démontrent le partenariat d'ANBL avec les fournisseurs et maximisent la convivialité de nos magasins pour nos clients.

• Maintenir un personnel courtois, compétent et efficace...

Nous sommes pleinement conscients de problèmes graves auxquels nous faisons face relativement aux compétences des postes, à la rétention des employés et à la planification de succession. L'année dernière, il était important de repasser nos pratiques et de mettre en œuvre des stratégies appropriées pour assurer l'évolution continue de l'organisme et les compétences requises de nos dirigeants futurs. En collaboration avec un animateur extérieur et à la suite de consultations avec les employés, un rapport a été présenté au Comité de direction à ce sujet. La mise en œuvre des recommandations est prévue au cours de la prochaine année.

Les employés des magasins ont participé régulièrement à divers programmes de formation. Soixante-dix-neuf personnes ont obtenu leur certification d'Associé en vente au détail ou de Gérant premier niveau du Conseil canadien du commerce de détail, le tout dans le but de promouvoir un meilleur niveau de service à la clientèle. Les employés ont également perfectionné leurs habiletés en connaissance des produits, en langue seconde, en préparation de cocktails, en sécurité sur les chariots élévateurs, en secourisme / RCR, en informatique et en d'autres secteurs spécialisés.

ANBL reconnaît l'importance du mieux-être de nos employés. Un poste de coordonnatrice du mieux-être a été créé afin de promouvoir des modes de vie sains et actifs pour notre personnel. Des bulletins, des défis physiques et des salons du mieux-être font tous partie de cette nouvelle initiative. À la fin de 2004-2005 près de 100 employés ont participé au défi En forme pour servir et, à la fin de l'année, ils avaient effectué 2,6 millions de minutes de diverses formes d'exercice.

ANBL était fière de participer à l'effort mondial de secours aux victimes du tsunami. Robert Hooper (au centre), l'employé du magasin de St. Andrews qui a suggéré cette initiative, se joint à la Présidente et Chef de la direction d'ANBL, Barbara Wenzel (à gauche) pour remettre un chèque à la Directrice régionale de la Croix-Rouge canadienne, Louise Castonguay (à droite).

Nous travaillons constamment pour offrir un service bilingue à nos clients. Nous n'avons reçu aucune plainte de nos clients au sujet de la Politique sur les langues officielles au cours de l'année.

Le Comité patronal-syndical a à nouveau prouvé que des communications ouvertes et une approche de résolution de problèmes sont des éléments clés pour de bonnes relations puisque les deux seuls griefs reçus n'ont pas eu besoin d'être soumis à l'arbitrage. Le Comité de santé et sécurité et le comité du Programme d'aide aux employés et à leurs familles continuent d'œuvrer pour assurer que les employés travaillent dans un milieu sûr et sain.

• Devenir un chef de file reconnu pour la prestation de programmes sur l'utilisation responsable des boissons alcoolisées dans la province...

ANBL a un engagement ferme envers la promotion de la consommation responsable de nos produits. Nous travaillons avec diligence pour assurer que seules les bonnes personnes sont servies dans nos magasins. Notre personnel est formé pour identifier les clients qui sont possiblement intoxiqués ou qui n'ont pas l'âge légal et sur la façon de les traiter correctement. Au cours de l'année 2004-2005, plus de 400 employés de nos magasins ont suivi le cours «Working SMAART» (Strategies for Managing Age & Alcohol Related Troubles) comme cours de rappel. Nous avons demandé des preuves d'identité à plus de 170 000 personnes et nous avons refusé le service à 5 700 personne ou 3,3 %. Le nombre de refus était légèrement inférieur à celui de l'année précédente ; cependant, ceci est perçu comme une

indication que nos mesures de vérification de l'âge ont l'effet souhaité.

Un geste social mis valorisant cette année était la participation d'ANBL à l'effort de secours aux victimes du tsunami au Sud-est asiatique. Nos 50 magasins d'ANBL et les 72 magasins de franchise représentaient des points de dons commodes pour la population et, grâce à la générosité de nos clients, nous avons pu percevoir plus de 110 000 $ pour la Croix-Rouge canadienne.

Il y avait des boîtes de dons aux allées de caisse pour venir en aide à divers organismes de bienfaisance. En 2004-2005, en plus des victimes du tsunami, nous avons aidé à recueillir plus de 10 000 $ pour divers organismes sans but lucratif inscrits. De plus, ANBL a fourni plus de 5 500 $ à l'Association des comptoirs alimentaires du Nouveau-Brunswick en remettant tous les bénéfices de la campagne de la Fête du Nouveau-Brunswick du gouvernement provincial.

Au cours de l'année, la Société a également collaboré avec dix festivals et salons appuyant des organismes de bienfaisance. Notre aide comprenait la planification de projets et l'acquisition de produits et elle a aidé à recueillir plus de 84 000 $.

GÉRANCE D'ENTREPRISE :

Au moment où nous nous préparons à célébrer notre 30e anniversaire en 2006, il serait approprié que nous examinions les principes directeurs régissant le fonctionnement de la Société.

Les affaires d'ANBL sont administrées par un Conseil d'administration nommé par le lieutenant gouverneur en conseil. Le mandat du Conseil d'administration est prescrit par l'article 6(3) de la Loi sur la Société des alcools du Nouveau-Brunswick qui stipule que «Le Conseil gère commercialement les affaires de la Société et toutes les décisions et actions du Conseil doivent être fondées sur des pratiques commerciales saines».

Le Conseil d'administration établit les objectifs de l'entreprise et les attentes de rendement et il approuve le plan stratégique de la Société. Il approuve également le plan d'exploitation principal et le budget à chaque année.

En 2004-2005, ANBL a renforcé des éléments de nos pratiques de gérance d'entreprise, y compris la formalisation et le renforcement du processus de rapports financiers. De plus, un règlement administratif a été adopté pour établir formellement un Comité de vérification du Conseil d'administration, comme suit :

Le comité aidera le Conseil d'administration à surveiller :

- la qualité et l'intégrité des renseignements financiers;
- le rendement, les compétences et l'indépendance du vérificateur indépendant;
- le rendement de la fonction de vérification interne de la Société et
- la conformité de la Société aux exigences des lois et règlements.

La structure de rapport mise à jour exige également que le gérant de la vérification interne et des services de sécurité relève directement du Comité de vérification indépendamment de la direction de l'exploitation.

De nombreuses procédures formelles augmentent la responsabilité d'ANBL envers le gouvernement du Nouveau-Brunswick et la population de la province. Notre Rapport annuel est déposé à l'Assemblée législative et il est également disponible en ligne au www.anbl.com. Les dossiers d'Alcool NB Liquor peuvent être consultés par le public en vertu de la Loi sur l'accès à l'information. De même, le Conseil de gestion doit approuver à l'avance toutes les dépenses de capital de plus de 100 000 $.

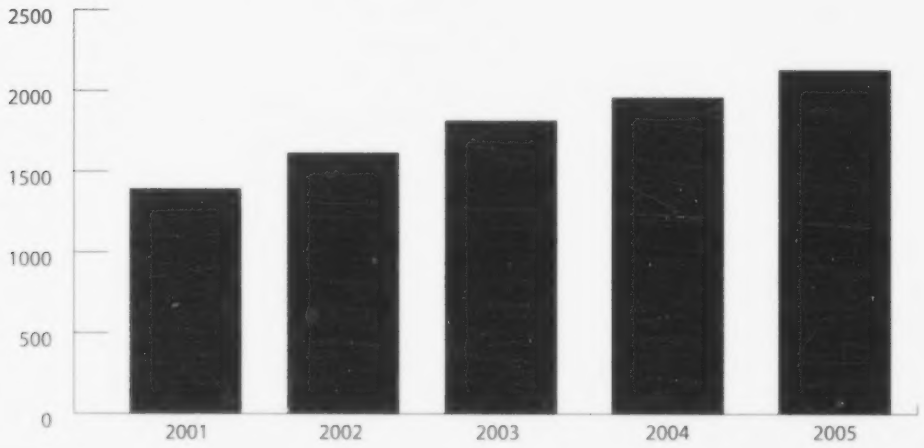
En terminant, la Société vient de terminer la deuxième année de son plan stratégique quinquennal. Avec l'aide de ses employés dévoués, Alcool NB Liquor a atteint ou dépassé la plupart des buts et objectifs établis dans le plan. En gardant l'œil sur notre mission d'être «le meilleur détaillant de boissons alcoolisées au Canada» lors de notre prise de décisions, la Société est bien placée pour relever les défis de l'avenir.

Statistiques de la consommation (Âge légal)

2005				2004		
Litres Total	**Litres par Capita**	**Ventes par Litre**		**Litres Total**	**Litres par Capita**	**Ventes par Litre**
2 860 829	4,86	26,33 $	Spiritueux	2 835 379	4,85	25,75 $
4 077 310	6,93	10,62	Vin	3 849 072	6,59	10,44
2 935 974	4,99	6,46	Autres boissons	2 953 429	5,06	6,49
50 603 071	86,01	3,82	Bière	50 847 787	87,04	3,73

Information d'exploitation

Nombre de produits régulier listés 2001-2005



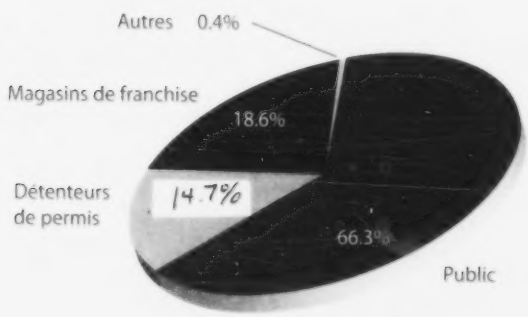
	2001	2002	2003	2004	2005
Nombre de magasins ANBL	49	49	49	49	50
Nombre de magasins de franchise	69	72	73	72	72
Nombre d'employés ANBL permanents	325	359	373	393	399
Nombre de produits régulier listés	1393	1614	1813	1956	2125

Remis aux gouvernements

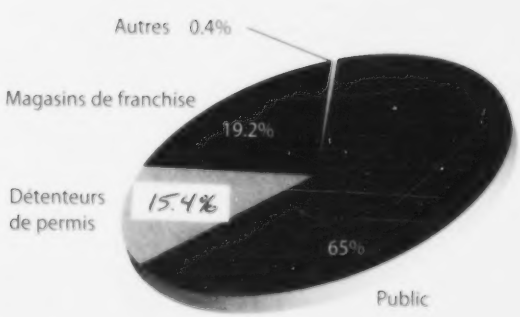
Province du Nouveau-Brunswick	**2005**	**2004**
Paiements provenant du bénéfice net	122 702 556 $	120 456 739 $
Fonds en Fiducie pour l'Environnement	1 250 269	1 120 818
Droit perçu sur les ventes aux détenteurs de permis	—	2 450 398
Impôt perçu sur les immobilisations	374 711	460 428
	124 327 536	124 488 383
Gouvernement du Canada		
Taxe de vente harmonisée	26 298 255	25 322 958
Droits de taxe d'accise et douane	14 943 394	14 266 742
	41 241 649	39 589 700
	165 569 185 $	**164 078 083 $**

Source des revenus provinciaux

2005



2004



	2005		**2004**	
Public	219 654 583 $	66,3 %	209 364 754 $	65,0 %
Détenteurs de permis	48 721 487	14,7	49 687 958	15,4
Magasins de franchise	61 479 585	18,6	61 680 039	19,2
Autres	1 194 180	0,4	1 180 644	0,4
	331 049 835 $	**100,0 %**	**321 913 395 $**	**100,0 %**

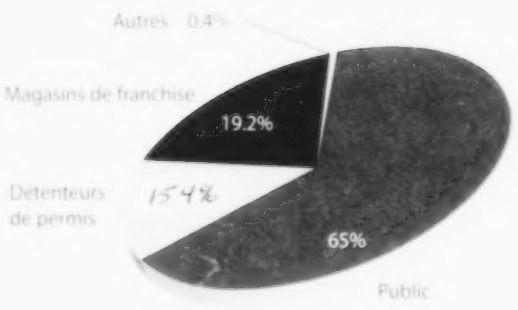
Remis aux gouvernements

	2005	2004
Province du Nouveau-Brunswick		
Gouvernement du Canada		
	165 569 185 $	**164 078 083 $**

Source des revenus provinciaux

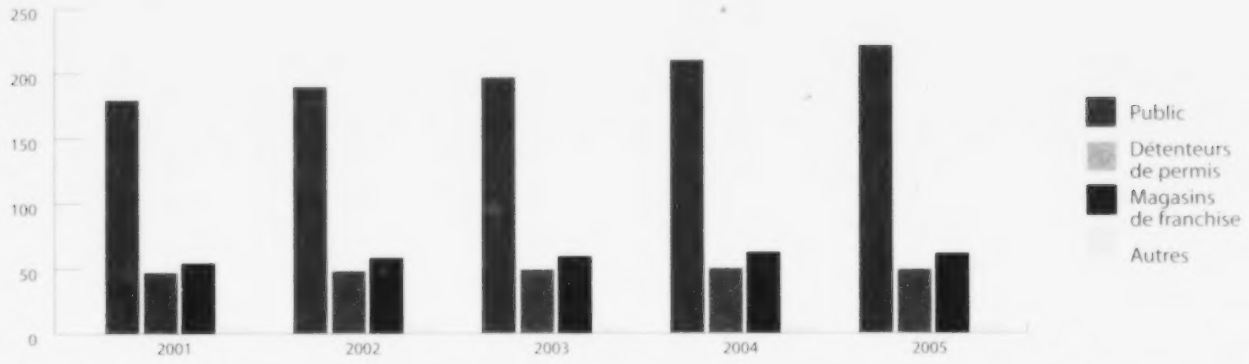
2005

2004



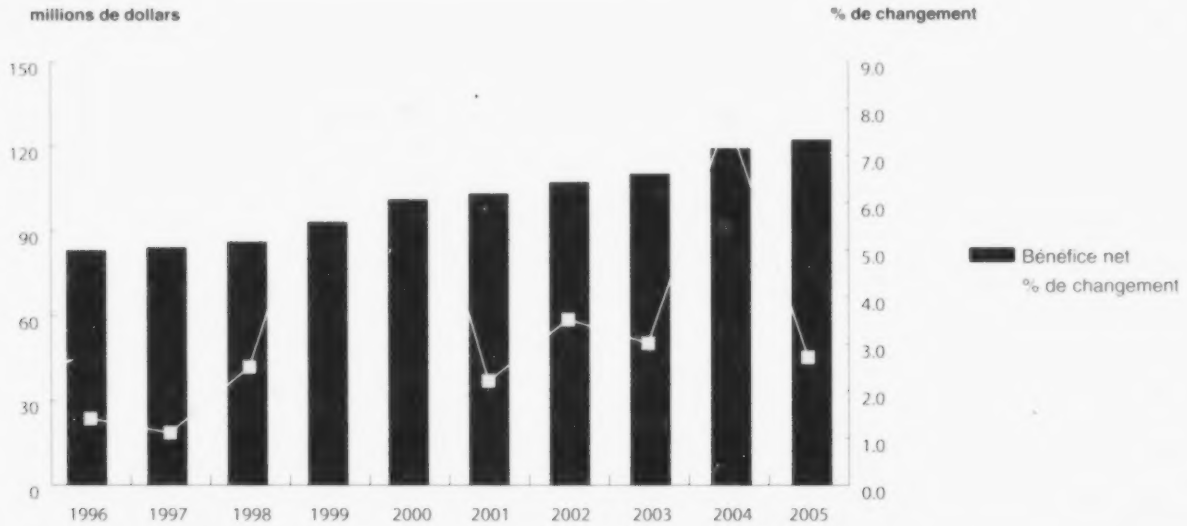
	2005		2004	
	331 049 835 $	**100,0 %**	**321 913 395 $**	**100,0 %**

Ventes par source *(millions de dollars)*



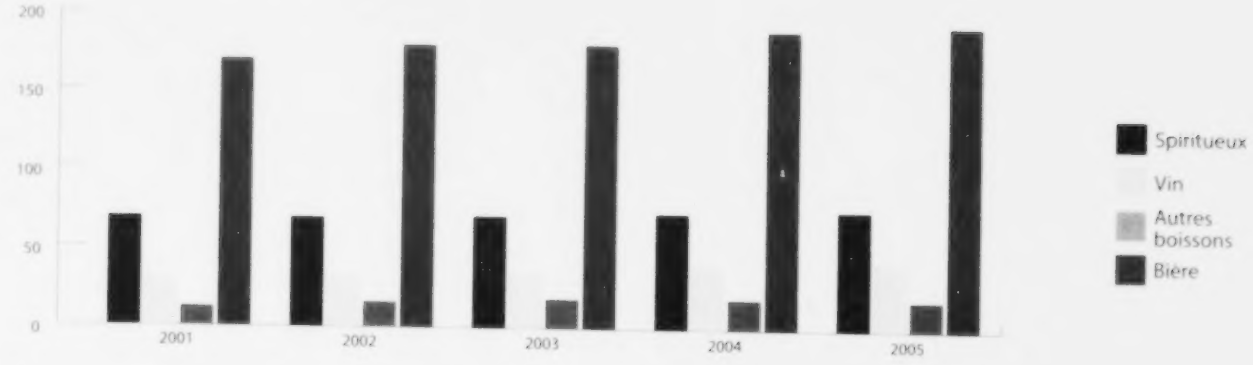
	2001	2002	2003	2004	2005
Public	179	189	196	209	220
Détenteurs de permis	47	48	49	50	49
Magasins de franchise	54	58	59	62	61
Autres	1	1	1	1	1

Information sur le bénéfice net



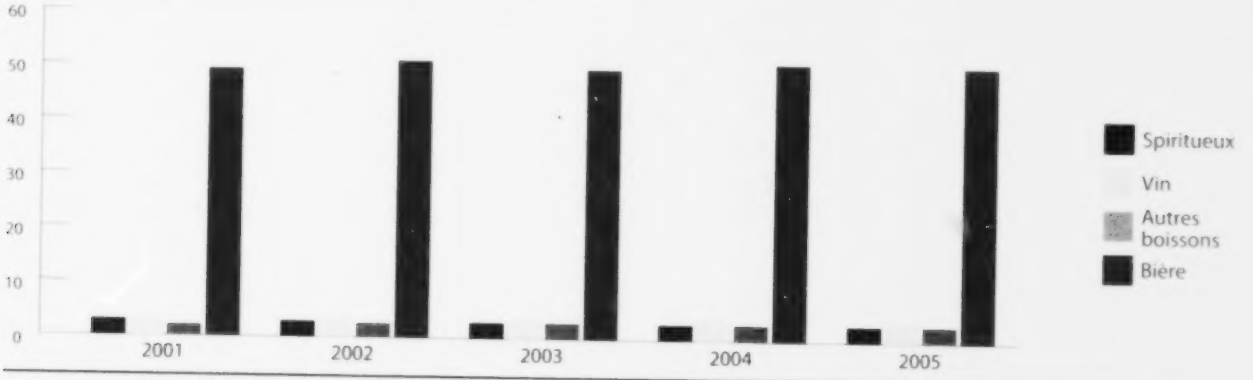
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bénéfice net (millions de dollars)	83	84	86	93	101	103	107	110	119	122
% de changement	1,4	1,1	2,5	7,7	8,0	2,2	3,5	3,0	7,8	2,7

Ventes *(millions de dollars)*



	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	Total	% de changement (annuel)
2001	69,0	29,7	12,2	169,5	280,4	2,4 %
2002	69,1	31,7	16,0	179,1	295,9	5,5 %
2003	70,5	35,9	18,7	179,9	305,0	3,1 %
2004	73,0	40,2	19,2	189,5	321,9	5,5 %
2005	75,3	43,3	19,0	193,4	331,0	2,8 %

Litres vendus *(millions de litres)*



	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	Total	% de changement (annuel)
2001	2,89	3,30	2,03	49,16	57,38	0,1 %
2002	2,83	3,40	2,59	50,86	59,68	4,0 %
2003	2,83	3,69	2,92	49,56	59,00	-1,1 %
2004	2,84	3,85	2,95	50,85	60,49	2,5 %
2005	2,86	4,08	2,94	50,60	60,48	0,0 %

De gauche à droite : Mary Raymond, Lisa Power, Liz Durant, Bill Hatfield, Audley Chambers, Murray Sproul, Pat Comeau, Mike O'Brien, Sandra Cormier, Stella Byers.

Carte d'emplacement

- Magasins de ventes au détail
- Magasins de franchise
- Magasins de franchise - fabricants
- Plusieurs magasins

arte d'emplacement

- Magasins de ventes au détail
- Magasins de franchise
- Magasins de franchise – fabricants
- Plusieurs magasins

Ventes par localité

Localité	Public	Détenteurs de permis	Total
Bathurst (4)	9 155 033 $	1 534 623 $	10 689 656 $
Beresford	2 563 171	268 915	2 832 086
Bouctouche (2)	4 421 471	537 221	4 958 692
Bristol (2)	3 396 192	262 618	3 658 810
Campbellton (2)	3 255 834	923 036	4 178 870
Cap-Pelé	2 308 430	173 648	2 482 078
Caraquet (3)	6 339 665	1 137 596	7 477 261
Cocagne	1 538 741	188 557	1 727 298
Dalhousie (3)	5 345 685	576 458	5 922 143
Dieppe	14 061 507	4 386 975	18 448 482
Edmundston (3)	8 767 592	2 461 849	11 229 441
Ville de Fredericton			
Centre Commercial Brookside (3)	8 843 843	3 799 783	12 643 626
Devon Park (3)	7 662 244	1 014 430	8 676 674
Rue King	5 668 697	773 854	6 442 551
Rue Prospect	11 636 969	1 276 756	12 913 725
Rue Smythe	3 536 962	—	3 536 962
Total des magasins de Fredericton	37 348 715	6 864 823	44 213 538
Grand Bay (2)	4 468 765	353 887	4 822 652
Grand-Sault (4)	8 645 406	1 234 442	9 879 848
Grand Manan	1 278 629	102 898	1 381 527
Hampton (1)	4 725 611	200 188	4 925 799
Lamèque	1 650 330	145 714	1 796 044
Minto (2)	3 214 927	150 753	3 365 680
Ville de Miramichi			
Chatham (2)	5 704 803	722 619	6 427 422
Newcastle (3)	9 076 342	1 239 273	10 315 615
Total des magasins de Miramichi	14 781 145	1 961 892	16 743 037
Ville de Moncton			
Promenade Elmwood (1)	6 589 158	2 355 236	8 944 394
Rue Main	961 324	—	961 324
Chemin Mountain (1)	11 967 330	3 516 711	15 484 041
St. George Boul.	4 624 566	712 591	5 337 157
Total des magasins de Moncton	24 142 378	6 584 538	30 726 916

Localité	Public	Détenteurs de permis	Total
Neguac	2 264 739 $	380 755 $	2 645 494 $
Otnmocto (2)	7 846 407	1 160 473	9 006 880
Perth-Andover (2)	3 673 618	315 889	3 989 507
Petit Rocher	2 688 271	230 221	2 918 492
Quispamsis (1)	8 873 150	609 801	9 482 951
Richibucto (3)	6 000 288	731 368	6 731 656
Riverview (4)	10 152 656	1 885 188	12 037 844
Sackville (2)	5 421 121	599 322	6 020 443
Ville de Saint John			
Rue King	2 058 287	266 240	2 324 527
Centre Commercial Lansdowne	6 294 777	2 006 205	8 300 982
Centre Commercial Parkway (1)	10 193 218	1 891 543	12 084 761
Centre Commercial Prince Edward	3 853 670	1 598 775	5 452 445
Centre Commercial Westwind	7 449 600	2 085 790	9 535 390
Total des magasins de Saint John	29 849 552	7 848 553	37 698 105
St. Andrews	1 826 941	616 184	2 443 125
St. George (1)	3 329 479	147 642	3 477 121
St. Stephen (2)	5 443 446	502 191	5 945 637
Saint-Louis de Kent (1)	1 853 180	123 744	1 976 924
Shediac (1)	6 426 937	797 763	7 224 700
Shippagan (1)	2 775 940	341 887	3 117 827
Sussex (3)	6 273 073	725 324	6 998 397
Tracadie (2)	6 654 981	961 595	7 616 576
Woodstock (5)	7 908 348	675 788	8 584 136
Siège social	1 656 994	17 168	1 674 162
TOTAL	**282 328 348$**	**48 721 487$**	**331 049 835$**

(#) Indique le nombre de magasins de franchisé à cette location

Ventes aux magasins de franchise

Localité magasin de franchise	Localité ANBL	Ventes
Allardville	Bathurst	662 050 $
Alma	Riverview	413 143
Annidale	Perth-Andover	401 213
Baie-Sainte-Anne	Chatham	804 788
Balmoral	Dalhousie	1 462 188
Barnesville	Gaspésmies	931 173
Bay du Vin	Chatham	527 576
Belledune	Dalhousie	1 231 701
Blacks Harbour	St. George	1 067 351
Blackville	Newcastle	917 930
Bowlerown	Devon Park, Fredericton	601 395
Braeville	Tracadie	1 368 463
Cambridge Narrows	Sussex	730 251
Campobello	St. Stephen	211 766
Canaan Forks	Sussex	181 892
Canterbury	Woodstock	404 666
Centreville	Bristol	1 038 588
Chaleur	Dalhousie	945 891
Chipman	Minto	1 253 197
Clair	Edmundston	672 031
Debec	Woodstock	523 191
Doaktown	Devon Park, Fredericton	786 400
Dorchester	Sackville	318 136
Douglas Harbour	Minto	486 849
Dumfries	Woodstock	556 041
Fredericton Junction	Oromocto	1 031 241
Gagetown	Oromocto	634 690
Grande-Anse	Caraquet	820 019
Harcourt	Richibucto	523 401
Hartland	Woodstock	1 424 326
Harvey	Devon Park, Fredericton	1 060 777
Havre-Aubert-Lapalne	Shediac	811 979
Hillsborough	Riverview	792 191
Jacksonville	Bathurst	398 964
Juniper	Bristol	459 331
Kedgwick	Grand Sault	1 120 858
Lac Baker	Edmundston	298 030

Localité magasin de franchise	Localité ANBL	Ventes
Lepreau	Grand Bay	892 922 $
Maclaquac	Centre-commercial Brookside, Moncton	1 642 409
Maisonnette	Caraquet	355 171
McAdam	St. Stephen	515 725
Memramcook	Promenade Elmwood, Moncton	1 792 934
Miscou	Shippagan	415 788
Nackawic	Woodstock	1 285 233
Norton	Hampton	1 744 716
Petitcodiac	Caraquet	1 887 073
Petitmetjac	Chemin Mountain, Moncton	1 698 282
Plaster Rock	Perth-Andover	1 133 671
Pointe-Sapin	Saint-Louis-de-Kent	332 159
Port Elgin	Sackville	1 711 166
Renous	Newcastle	875 929
Richibucto-Village	Richibucto	882 152
Rivière-Bleue	Grand Sault	280 807
Riverside-Albert	Riverview	352 436
Rogersville	Richibucto	1 390 126
Saint-Antoine	Bouctouche	1 847 188
Saint-Arthur	Campbellton	351 164
Scoudouc	Tracadie	858 425
Saint-Jean-Baptiste-de-Restigouche	Campbellton	714 865
Saint-Paul	Bouctouche	463 279
Saint-Quentin	Grand Sault	1 618 915
Saint-Sauveur	Bathurst	698 151
Sainte-Anne-de-Madawaska	Edmundston	734 168
Salisbury	Riverview	2 198 547
South Tetagouche	Bathurst	425 149
St. Leonard	Grand Sault	627 060
St. Martins	Centre-commercial Rothesay, Rothesay	588 787
Stanley	Centre-commercial Prince William, Fredericton	781 860
Sunny Corner	Newcastle	1 180 399
Welsford (1)	Grand Bay	814 082
Rivière-Verte	Aucun	604 207
Zealand	Centre-commercial Riverside, Fredericton	949 414
Agents de fabricants	Siège social, Fredericton	155 832
TOTAL		61 479 585 $

(1) Magasin de franchise temporairement fermé durant l'année.

alcool • liquor

170 chemin Wilsey Road
PO Box / C.P. 20787
Fredericton NB
Canada E3B 5B8

tel. / tél. : (506) 452-6826
fax. / téléc. : (506) 462-2024
www.anbl.com

RAPPORT DE LA DIRECTION

La collecte des données comptables fait partie intégrante des responsabilités de la direction de la Société à qui incombe également la responsabilité des états financiers ci-joints. Cette responsabilité comporte le choix de conventions comptables appropriées ainsi que la prise de décisions et l'établissement d'estimations qui soient conformesaux principes comptables canadiens généralement reconnus.

La Société maintient un système comptable et des contrôles connexes pour assurer la direction et le Conseil d'administration que les opérations sont effectuées et inscrites telles qu'elles ont été autorisées, que les éléments d'actif sont bien protégés et comptabilisés et que les registres comptables sont fiables et permettent de dresser les états financiers conformément aux principes comptables canadiens généralement reconnus.

Les données comptables publiées dans le présent rapport annuel sont conformes à celles des états financiers.

Présidente et Chef de la direction,

Barbara Winsor

Barbara Winsor

Vice-président et Chef des finances

Richard A. Smith, c.g.a., c.m.a.

Le 6 juin 2005

KPMG LLP
Chartered Accountants
Frederick Square
77 Westmorland Street Suite 700
Fredericton NB E3B 6Z3
Canada

Telephone (506) 452-8000
Fax (506) 450-0072
Internet www.kpmg.ca

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS AUX ADMINISTRATEURS

Nous avons vérifié le bilan de la Société des alcools du Nouveau-Brunswick (la « société ») au 31 mars 2005 et les états des résultats, des bénéfices non répartis et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la société au 31 mars 2005 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Notre vérification a été effectuée pour nous permettre de nous former une opinion sur les états financiers de base pris dans leur ensemble. Les informations supplémentaires de l'exercice considéré qui figurent dans les tableaux, sont présentées en vue d'une analyse plus approfondie et ne constituent pas des éléments devant obligatoirement faire partie intégrante des états financiers de base. Ces informations supplémentaires ont été soumises aux procédés de vérification que nous avons appliqués dans le cadre de notre vérification des états financiers de base et, à notre avis, elles donnent, à tous les égards importants, une image fidèle par rapport aux états financiers de base pris dans leur ensemble.

KPMG s.r.l.

Comptables agréés

Fredericton, Canada

Le 6 juin 2005

KPMG LLP, a Canadian limited liability partnership is the Canadian Member firm of KPMG International, a Swiss cooperative.

Bilan

	LE 31 MARS 2005	LE 31 MARS 2004
ACTIF		
Actif à court terme		
Encaisse	172 940 $	328 470 $
Comptes clients	1 723 166	1 653 325
Stocks (note 1)	17 380 969	17 287 840
Frais payés d'avance	497 216	646 565
Total de l'actif à court terme	19 774 291	19 916 200
Frais reportés		
Pension de service antérieur	1 065 894	1 142 034
Dépôt – travailleurs blessés (note 2)	784 820	801 564
Total des frais reportés	1 850 714	1 943 598
Immobilisations		
Propriétés, bâtiments et équipements (note 3)	10 518 060	10 425 290
Total de l'actif	**32 143 065 $**	**32 285 088 $**
PASSIF		
Passif à court terme		
Chèques en circulation en excédent des fonds en dépôt	2 268 774 $	
Comptes fournisseurs et charges à payer	14 878 999	16 067 589 $
Portion actuelle de la dette de pension pour service antérieur	391 116	344 253
Total du passif à court terme	17 538 889	16 411 842
Dette à long terme		
Dette de pension de service antérieur (note 5)	2 914 072	3 305 188
AVOIR DE LA PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK		
Solde au début de l'exercice	12 568 058	14 382 399
Bénéfice net	121 824 602	118 642 398
	134 392 660	133 024 797
Paiements à la province du Nouveau-Brunswick	122 702 556	120 456 739
Solde à la fin de l'exercice	11 690 104	12 568 058
Total du passif et de l'avoir	**32 143 065 $**	**32 285 088 $**

Engagements (note 6)

Voir les notes afférentes aux états financiers

AU NOM DU CONSEIL D'ADMINISTRATION,

Administratrice

Administrateur

État des résultats

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2005	Réel 2005	Réel 2004
Ventes totales (note 7)	333 543 712 $	331 049 835 $	321 913 395 $
Moins les commissions	4 685 961	4 601 670	4 553 279
Ventes nettes	328 857 751	326 448 165	317 360 116
Coût des marchandises vendues	171 826 994	169 387 381	165 316 294
Bénéfice brut	157 030 757	157 060 784	152 043 822
Autres produits	1 190 360	1 644 730	1 249 991
	158 221 117	158 705 514	153 293 813
Charges d'exploitation	37 883 833	36 880 912	34 651 415
Bénéfice net	**120 337 284 $**	**121 824 602 $**	**118 642 398 $**

Voir les notes afférentes aux états financiers

État des mouvements de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars

FONDS PROVENANT DE L'EXPLOITATION	**2005**	**2004**
Bénéfice net	121 824 602 $	118 642 398$
Éléments hors caisse:		
Amortissement	1 753 376	1 734 457
Amortissement du pension de service antérieur - frais reportés	76 140	76 140
(Gain) perte sur la vente de propriétés, bâtiments et équipements	(3 059)	41 338
Diminution des dépôts – travailleurs blessés	16 744	80 773
Évolution du fonds de roulement hors caisse	1 066 563	1 895 348
Diminution de la dette de pension de service antérieur	(344 253)	(292 987)
Fonds provenant de l'exploitation	124 390 113	122 177 467
DÉPENSES NETTES D'INVESTISSEMENT		
Acquisitions de propriétés, bâtiments et équipements	(1 860 835)	(1 537 754)
Produits de la vente de propriétés, bâtiments et équipements	17 748	9 401
Fonds utilisés pour les dépenses d'investissement	(1 843 087)	(1 528 353)
PAIEMENTS À LA PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK	(122 702 556)	(120 456 739)
(DIMINUTION) AUGMENTATION DE L'ENCAISSE	(155 530)	192 375
ENCAISSE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	328 470	136 095
ENCAISSE À LA FIN DE L'EXERCICE	**172 940 $**	**328 470$**

Voir les notes afférentes aux états financiers

TABLEAU DES VENTES

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2005	Réel 2005	Réel 2004
Spiritueux	75 296 014 $	75 324 164 $	73 022 532 $
Vin	42 356 024	43 304 492	40 177 125
Autres boissons	21 430 655	18 976 656	19 166 689
Bière	194 461 019	193 444 523	189 547 049
	333 543 712 $	**331 049 835 $**	**321 913 395 $**

TABLEAU DU COÛT DES MARCHANDISES VENDUES

Exercice terminé le 31 mars

	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	2005 Total	2004 Total
Stocks au début de l'exercice	5 607 586 $	6 532 538 $	1 247 101 $	3 789 830 $	17 177 055 $	16 021 039 $
Achats	17 455 641	15 514 206	7 938 644	110 964 828	151 873 319	149 678 309
Fret	574 226	1 409 883	420 946	222 940	2 627 995	2 527 259
Droits de douane et taxe d'accise	11 777 819	2 136 286	748 213	281 076	14 943 394	14 266 742
	35 415 272	25 592 913	10 354 904	115 258 674	186 621 763	182 493 349
Stocks à la fin de l'exercice	5 605 736	6 570 060	1 123 765	3 934 821	17 234 382	17 177 055
	29 809 536 $	**19 022 853 $**	**9 231 139 $**	**111 323 853 $**	**169 387 381 $**	**165 316 294 $**

TABLEAU DES AUTRES PRODUITS

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2005	Réel 2005	Réel 2004
Programmes de commercialisation	1 015 484 $	1 236 042 $	1 018 350 $
Produits tirés des importations privées	53 468	56 822	47 633
Commission sur la collecte de frais d'usager de titulaires de permis	–	3 340	45 742
Frais d'administration des coupons de bière	15 000	16 104	15 486
Consignes non remboursées	82 884	95 964	80 045
Abonnements aux rapports sur les ventes	11 200	11 230	15 235
Gain (perte) sur la vente de propriétés, bâtiments et équipements	(13 876)	3 059	(41 338)
Intérêts sur dépôt - travailleurs blessés	–	78 959	35 255
Divers	26 200	143 210	33 583
	1 190 360 $	**1 644 730 $**	**1 249 991 $**

TABLEAU DES CHARGES D'EXPLOITATION

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2005	Réel 2005	Réel 2004
Salaires – magasins, entrepôt et entretien	15 090 896 $	15 034 024 $	14 220 996 $
– administration	3 618 631	3 724 772	3 383 078
Charges sociales	5 079 575	4 749 426	4 385 160
Loyers	3 563 140	3 441 153	3 114 095
Chauffage et éclairage	1 052 162	1 087 249	1 005 911
Amortissement	2 147 318	1 753 376	1 734 457
Programmes de formation	180 091	149 003	141 660
Camionnage	540 713	731 215	581 064
Réparations des propriétés, bâtiments et équipements	441 167	470 563	436 831
Impôts fonciers	371 700	374 711	460 428
Matériel léger et fournitures	683 938	593 526	450 337
Service de sécurité	279 748	252 509	264 038
Entretien du système automatisé de vente au détail	271 446	259 755	268 914
Déplacements	330 259	283 460	304 803
Coûts du remboursement des consignes	456 855	532 230	443 638
Sacs	266 130	271 641	257 100
Traitement des données	357 163	305 906	294 844
Télécommunications	606 743	547 161	503 580
Exploitation des véhicules motorisés	48 340	48 307	49 630
Nettoyage	198 414	184 854	181 366
Articles manquants	50 400	58 815	54 301
Mauvaises créances	—	—	14 538
Réunions de la direction	77 587	56 234	56 489
Affranchissement	80 700	79 450	80 049
Services professionnels	241 914	196 209	243 256
Frais bancaires	1 227 740	1 183 485	1 118 686
Fournitures et entretien de l'entrepôt	45 190	51 189	50 601
Assurance	153 862	77 447	123 753
Publicité et promotions	263 030	254 477	294 755
Rémunération des administrateurs	38 050	35 650	36 875
Autres	120 931	93 115	96 182
	37 883 833 $	**36 880 912 $**	**34 651 415 $**

Notes afférentes aux états financiers

Exercice terminé le 31 mars 2005

GÉNÉRALITÉS

Cette société d'État a été constituée en vertu de la Loi sur la Société des Alcools du Nouveau-Brunswick et sa principale activité commerciale est l'achat, la distribution et la vente de boissons alcoolisées dans toute la province du Nouveau-Brunswick.

SOMMAIRE DES PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

Constatation de revenu

Les revenus sont constatés lorsque les biens sont vendus, que les obligations contractuelles sont satisfaites et que le montant peut être déterminé de façon raisonnable.

Stocks

Le stock de marchandises pour revente est évalué au prix coûtant qui est inférieur à la valeur de réalisation nette. Le stock de fournitures est évalué au prix coûtant.

Pension de service antérieur

Les coûts de pensions de service antérieur sont amortis par amortissement constant sur une période de seize ans.

Dépôt – travailleurs blessés

Le coût des réclamations pour employés blessés avant le 1er avril 2002 est déduit d'un dépôt détenu en fiducie auprès de la Commission de la santé, de la sécurité et de l'indemnisation des accidents au travail (CSSIAT) et débité comme avantage d'un employé à mesure qu'il est engagé.

Propriétés, bâtiments et équipements

Les propriétés, bâtiments et équipements sont comptabilisés au prix coûtant. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire aux taux annuels suivants :

Bâtiments	2½ %
Pavage	10 %
Matériel de réfrigération	10 %
Logiciel et services	10 %
Matériel automatisé des magasins	20 %
Ameublement, agencements et matériel	20 %
Matériel roulant	20 %

Les améliorations locatives sont amorties sur la durée restante du bail selon la méthode linéaire.

Allocations de retraite

Le coût de l'allocation de retraite gagnée par les employés est déterminé par moyens actuariels en utilisant la méthode des bénéfices prévus proportionnellement au service et la meilleure estimation de la gestion du taux d'augmentation de salaire et de l'âge de la retraite des employés.

La responsabilité transitoire relative à l'allocation de retraite est amortie selon la méthode linéaire au cours de la période de service restante prévue des employés qui participent au régime (douze ans).

Tout excédent du gain (perte) actuariel net de plus de 10 % de l'obligation des bénéfices est amorti au cours de la période de service restante estimative des employés actifs.

SOMMAIRE DES PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (suite)

Utilisation d'estimations

La préparation des états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus exige que la direction fasse des estimations et qu'elle formule des hypothèses qui influent sur les montants présentés de l'actif et du passif à la date des états financiers et sur les revenus et les charges présentés au cours de la période visée. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations.

1. Stocks

	2005	2004
Spiritueux, vin, autres boissons et bière	17 234 382 $	17 177 055 $
Fournitures	146 587	110 785
	17 380 969 $	**17 287 840 $**

2. Dépôt – travailleurs blessés

Conjointement à la conversion à une méthode d'évaluation de paiement avec la Commission de la santé, sécurité et de l'indemnisation des accidents au travail (CSSIAT), la Société a déposé la somme de 1 000 000 $ pour couvrir le coût estimatif des réclamations des travailleurs blessés avant la date de conversion du 1er avril 2002. Ce dépôt sera détenu pour la période du 1er juin 2002 au 31 mai 2009 et accumule l'intérêt au taux de rendement de la CSSIAT pour l'année qui s'applique. L'intérêt accumulé en 2005 était 78 959$ (35 255$ en 2004). Le coût total des réclamations sont déduit du dépôt durant l'année de la dépense. Les coûts réels pour 2005 étaient 95 854$ (116 028$ en 2004). À la fin de la période de sept ans ou à tout moment auparavant, à la demande de la Société, la CSSIAT calculera les coûts futurs reliés à ces réclamations et la Société sera responsable du paiement forfaitaire de cette somme. À partir de ce moment, la CSSIAT assumera la responsabilité pour la dette. On prévoit que le montant en dépôt sera suffisant pour couvrir tous les coûts futurs reliés aux blessures qui ont eu lieu avant le 1er avril 2002.

3. Propriétés, bâtiments et équipements

	Prix coûtant	Amortissement cumulé	2005 Montant Net	2004 Montant Net
Terrains	209 075 $		209 075 $	209 075 $
Pavage	517 431	459 789 $	57 642	53 295
Bâtiments	11 564 838	7 040 723	4 524 115	4 313 276
Améliorations locatives	5 080 723	3 200 615	1 880 108	1 656 740
Ameublement, agencements et matériel	8 762 248	7 411 467	1 350 781	1 370 381
Matériel roulant	229 872	133 794	96 078	68 673
Matériel automatisé des magasins	1 671 009	1 632 610	38 399	37 438
Logiciel et services	3 923 071	2 306 459	1 616 612	1 904 323
Matériel de réfrigération	3 261 065	2 515 815	745 250	812 089
	35 219 332 $	**24 701 272 $**	**10 518 060 $**	**10 425 290 $**

4. Avantages sociaux futurs

Pension

Les employés régulier de la Société participent au Régime de pension de retraite de la fonction publique de la province du Nouveau-Brunswick, que est un régime interentreprise a prestations déterminés. Pour l'exercice terminé le 31 mars 2005, la Société a versé des cotisations de 1 141 926$ (1 100 608$ en 2004) conformément aux modalités du regime. La Société n'a aucune obligation ni aucun droit de façon directe a l'égard de tout passif non capitalisé ou de tout excédent du regime relativement a ses employés anciens ou actuels sauf tel qu'indiqué dans la Note 5.

Allocations de retraite

Les employés de la Société ont droit à une allocation de retraite déterminée selon le nombre d'années de service et le taux de salaire au cours de l'année de retraite ou du décès. Ce programme est financé au cours de l'année où l'allocation est versée. La plus récente évaluation a déterminé que la responsabilité actuarielle accumulée pour cet avantage était de 3 112 500 $ au 31 mars 2005. À la fin de la présente année financière, la Société avait enregistré une responsabilité totale de 1 382 000 $. Des coûts de 402 000 $ relatifs à ce programme ont été comptabilisés comme dépenses au cours de l'année (353 000 $ en 2004). L'évaluation utilisait la méthode des bénéfices prévus proportionnellement au service et comprenait les meilleures estimations de la gestion d'un taux de remise de 6 % et d'une hausse de salaire prévue de 2,5 %.

5. *Dette de pension de service antérieur*

Conformément à un règlement de 1991 de la Loi sur la pension de retraite dans les services publics (N.-B.), la Société des Alcools du Nouveau-Brunswick devait faire une contribution annuelle, jusqu'à ce que les prestations soient financées au complet, des montants suffisants dans le fonds de fiducie de pension pour amortir la dette de pension de 7 900 000 $. La période d'amortissement était estimée à vingt-cinq ans.

Au cours d'une partie de la période de paiement, les gains d'expérience ont été identifiés par des évaluations actuarielles du régime de 1992 à 1999 et ces gains ont été amortis sur la durée de service restante prévue des contribuables actifs. Après le 31 mars 2000, aucun versement n'a été effectué au fonds de fiducie de retraite en raison des évaluations actuarielles qui ont déterminé que le régime était financé au complet.

Une évaluation actuarielle du Régime de pension de retraite dans le services publics au 1er avril 2002 a été effectuée au cours de l'année financière 2002-2003. Cette évaluation a déterminé que le régime n'était plus financé au complet et que la part de la Société pour la dette était maintenant estimée à 3 942 428 $. La dette de pension porte intérêt à un taux de 7,12 % par année et la Société doit rétablir les paiements annuels à compter de 2004. Le montant de ces paiements augmentera à chaque année au taux de l'Indice des prix à la consommation du Canada plus 2 %.

	2005	**2004**
Dette de pension de service antérieur	3 305 188 $	3 649 441 $
Portion actuelle de la dette de pension pour service antérieur	391 116	344 253
	2 914 072 $	**3 305 188 $**

Les paiements de capital au cours de chacune des cinq prochaines années sur la dette à long terme sont évalués ainsi :

2006	391 116 $
2007	442 141
2008	497 658
2009	558 017
2010	623 595

6. *Engagements*

La Société loue des bâtiments ainsi que des locaux et du matériel conformément à des contrats de location-exploitation se terminant à diverses dates entre 2006 et 2016. Certains de ces contrats de location-exploitation sont assortis d'options de renouvellement à la fin de la durée initiale du bail. Le tableau suivant indique les paiements minimums exigibles au cours des exercices à venir en vertu des contrats de location-exploitation qui, au 31 mars 2005, ont une durée initiale de plus d'un an :

2006	3 134 516 $
2007	2 928 306
2008	2 720 674
2009	2 356 378
2010	2 193 670
2011 à 2016	4 904 710
	18 238 254 $

7. *Ventes totales*

Le total des ventes comprend les ventes au détail, aux établissements titulaires de licence et aux magasins de franchise. Ces montants ne tiennent pas compte de la revente par les établissements titulaires de licence et les magasins de franchise.

8. *Juste valeur de l'actif et du passif financier*

La juste valeur de l'encaisse, des comptes clients, des chèques en circulation en excédent des fonds en dépôt, des comptes fournisseurs et charges à payer et de la dette de pension de service antérieur se rapproche de leur valeur comptable.

9. *Chiffres donnés à des fins de comparaison*

Certains chiffres correspondants de 2004 on été réagencés afin d'être conformes à la présentation des états financiers de 2005.